

제1부

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 정의

지난 1992년 첫 시행 이후 28년째를 맞이하는 대한민국 대표
고객만족도 조사 제도

- ➔ KCSI(Korean Customer Satisfaction Index : 한국산업의 고객만족도)는 한국산업의 각 산업별 상품, 서비스에 대한 고객들의 만족 정도를 나타내는 지수로서 미래의 질적인 성장을 보여주는 지표이다. KCSI는 KMAC가 1992년 한국산업의 특성을 감안하여 개발했다.
- ➔ KCSI는 국내에서 가장 오랜 역사와 공신력을 인정받고 있는 한국산업의 대표적인 고객만족 지수로서 일반 소비자들에게도 널리 알려져 있다. 이는 미국의 ACSI에 2년, 국내 NCSI에 6년 앞선 평가 모델로서 조사대상 산업이 전체 GDP의 약 74%를 차지할 만큼 국내 산업의 대표적 고객만족도 조사제도이다.

KCSI 조사
배경 및
목적

국내 산업의 질적 성장 정도 평가, 미래 성장을 위한 선행 지표

- ➔ KCSI는 경제성장의 양적 성장을 평가하는 GNP, GDP 등 생산성 지표와는 달리 국가산업경제의 질적 성장을 평가하는 지표이다. KCSI는 우리나라 산업의 질적 성장을 유도하고 각 산업 또는 기업들이 경쟁력을 확보할 수 있도록 개발되었다.
- ➔ KCSI 조사 결과는 매년 우리나라 경제사회에 공표함으로써 각 산업 및 기업의 현 위치를 확인하고 향후 관련 산업 및 기업의 경쟁력 향상을 위한 기초자료로 활용할 수 있도록 하는 데에 그 목적이 있다.
- ➔ KCSI 조사 결과를 통해 각 기업은 시장에서의 자사 경쟁력 파악은 물론 고객의 불만을 야기하는 상품이나 서비스의 문제점들을 개선함으로써 고객지향적인 경영활동을 전개할 수 있도록 해준다. 또한 미래에 자사의 성장 가능성을 예측함으로써 미래에 대한 대비를 할 수 있게 해준다.

KCSI 조사
우수성

한국 산업 및 기업의 고객만족 문화 정착 및 고객만족 수준 상승 견인

- ➔ 고객만족에 대한 개념이 전무하던 1990년대 초반부터 KCSI가 해마다 조사 및 발표됨에 따라 각 기업들은 고객만족경영에 대해 차츰 관심을 갖게 되었고, 이를 토대로 우리나라 산업계 전반에 고객만족 문화가 확산되게 되었다. 이러한 고객만족 문화는 현재 공공부문에까지 확산되어 모든 공공기관이 고객만족도에 의해 평가 받는 시대가 되었다.
- ➔ 28년 동안 시행되오면서 그 동안 IMF 체제, 미국 발 금융대란 등 많은 위기가 닥쳐왔지만 KCSI 지수는 지난 1992년과 비교하여 35.0점(약 84%)이 상승한 것으로 나타나 지속적이고 진정한 고객만족경영을 추진하고 고객가치를 우선시 해 온 기업들은 불황 가운데서도 성장과 발전을 거둘 수 있음을 입증해 왔다.

제1부
2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 조사
우수성
(계속)

고객 권익 보호에 앞장서 국민 삶의 질 향상에 기여

→ KCSI 조사 결과는 우리나라 산업경제의 거시적 방향설정을 위한 정부 경제정책에 활용되고 개별기업의 경영정책 수립에 활용됨은 물론 소비자 권익보호에도 일조함으로써 궁극적으로 국민 생활의 질을 향상시키는 산업문화가 정착되는데 기여할 것으로 믿는다.

공공분야(공기업, 준정부기관, 기타 공공기관) 고객만족평가 모델로 확장

→ KCSI로 시작된 고객만족 문화는 공공분야에까지 전파되었고, 최근에는 모든 공공기관이 고객만족도로 평가 받는 시대가 되었다. 이러한 평가를 위해 KCSI 시행 경험을 토대로 한 PCSI 모델이 공공분야 평가 모델로 채택된 바 있다. 이 모델을 통해 국내 300여 공공기관이 매년 국민들로부터 고객만족도 평가를 받고 있다.

KCSI 조사
현황

매년 100개 이상의 산업을 대상으로 조사

→ KCSI는 1992년 12개 산업으로 조사를 시작하여 2000년대에 접어들며 조사대상 산업이 100개 내외로 확대되면서 크게 성장했다. 내구재 제조업, 소비재 제조업, 일반 서비스업, 공공 서비스업 등 국내 전 산업에 걸쳐 조사를 진행하고 있으며, 우리나라 산업의 질적 성장을 유도하고 각 기업들이 경쟁력을 확보하는데 기초 자료로서 활용할 수 있도록 매년 지원하고 있다.

연도별 발표 산업 수

(단위 : 개)

구분	'92년	'93년	'94년	'95년	'96년	'97년	'98년	'99년	'00년	'01년	'02년	'03년	'04년	'05년
제조업	7	7	5	5	7	14	33	32	43	48	53	53	63	58
서비스업	5	1	11	10	8	30	27	42	45	47	47	47	47	45
계	12	8	16	15	15	44	60	74	88	95	100	100	110	103

구분	'06년	'07년	'08년	'09년	'10년	'11년	'12년	'13년	'14년	'15년	'16년	'17년	'18년	'19년
제조업	57	59	57	54	48	48	51	52	50	51	50	50	52	49
서비스업	44	46	49	49	51	54	57	59	59	60	60	60	62	66
계	101	105	106	103	99	102	108	111	109	111	110	110	114	115

제1부
2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 측정
모델 및
산출방법

전반적 만족도(30%), 요소 종합만족도(50%),
재이용(구입)의향(20%)으로 측정돼



- ➔ 본 조사의 고객만족도(KCSI)는 전반적 만족도 30%, 요소 만족도(산업별 특성 고려) 50%, 재이용(구입) 의향률 20%를 반영하고 있음
- ➔ 각 항목은 7점 척도로 측정하며 6점과 7점 응답자의 비율을 지수화 하고 있음

- KCSI(종합만족도)
= (전반적 만족도 × 0.3) + (요소만족도 × 0.5) + (재이용(구입)의향률 × 0.2)
- ▷ 전반적 만족도
설문지상의 전반적인 만족 정도를 묻는 문항에 「매우 만족」과 「만족」에 응답한 비율 측정(Top 2 비율)
- ▷ 요소만족도
$$\sum_{i=1}^n C_i \cdot W_i$$
 - ※ C_i : i번째 세부요소의 TOP 2 비율
 - W_i : i번째 세부요소의 중요도 가중치
- ▷ 재이용(구입)의향률
향후 재이용(구입) 의향을 묻는 문항에서의 Top 2 비율 측정(「재이용(구입) 의향이 매우 있다」와 「재이용(구입) 의향이 있다」에 응답한 비율)

제1부

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

KCSI 조사
설계

약 5개월 간 11,000명 이상의 고객들로부터 만족도 측정

- 1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
- 2) 표본크기 : 11,073명
- 3) 표본추출방법 : 유의할당표본추출 (Purposive Quota Sampling)
/ 지역별 인구수, 성별을 고려한 할당
- 4) 조사방법 : 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접 (Face to Face Interview)
- 5) 조사지역 : 서울, 수도권(수원, 성남, 안양, 부천, 안산, 고양, 남양주, 용인, 화성) 및 6대 광역시
- 6) 조사기간 : 2019년 4월 22일 ~ 8월 23일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등 총 115개 산업(총 364개 기업)

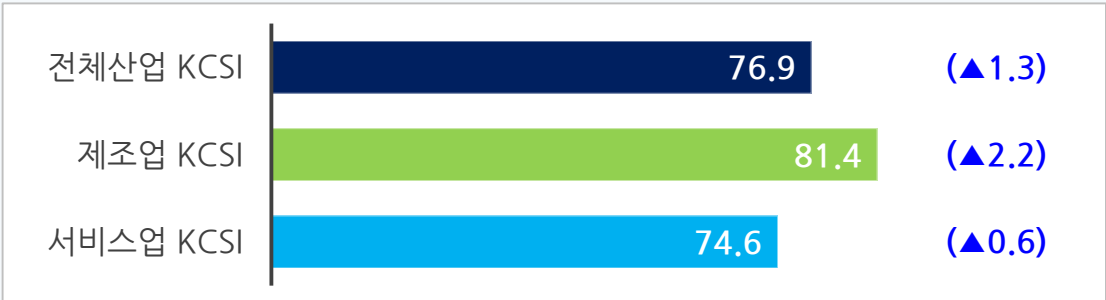
산업부문	2019년 KCSI 조사대상 산업
소비재 제조업 (26개)	1) 과자 2) 맥주 3) 소주 4) 식용유 5) 아이스크림 6) 우유 7) 유산균발효유 8) 음료 9) 전통장 10) 참치캔 11) 홍삼가공식품 12) 껌연형전자담배 13) 남성경장 14) 담배 15) 생리대 16) 샴푸 17) 섬유유연제 18) 세탁세제 19) 아토피아약 20) 여성내의 21) 여성용기초화장품 22) 정장구두 23) 주방세제 24) 치약 25) 캐주얼화 26) 화장지
내구재 제조업 (23개)	1) 가정용복합기(프린터) 2) 가정용에어컨 3) 가정용정수기 4) 김치냉장고 5) 냉장고 6) 사무용복합기(복사기) 7) 세탁기 8) 휴대폰(스마트폰) 9) 전기레인지 10) 전기면도기 11) 전기밥솥 12) PC 13) TV 14) 가정용 건축자재 15) 가정용가구 16) 가정용보일러 17) 경형승용차 18) 부엌가구 19) 블랙박스 20) 승용차타이어 21) 일반승용차 22) 침대 23) RV승용차
일반 서비스업 (56개)	1) 생명보험 2) 신용카드 3) 은행 4) 자동차보험 5) 장기보험 6) 저축은행 7) 증권 8) 체크카드 9) 대형마트 10) 대형서점 11) 대형슈퍼마켓 12) 멤버십(포인트)(신규) 13)면세점 14) 배달앱(신규) 15) 백화점 16) 숙박앱(신규) 17) 스크린골프(신규) 18) 영화관 19) 오픈마켓 20) 인터넷서점 21) 인터넷쇼핑몰 22) 전자제품전문점 23) 제과/제빵점 24) 치킨프랜차이즈 25) 커피전문점 26) 패밀리레스토랑 27) 패스트푸드점 28) 편의점 29) 프리미엄아울렛 30) 피자전문점 31) 학습지 32) 헬스&뷰티스토어 33) TV홈쇼핑 34) 검색포탈사이트 35) 국제전화 36) 내비게이션앱 37) 시내/시외전화 38) 이동전화 39) 인터넷전화 40) IPTV 41) 초고속인터넷 42) 고속버스 43) 도시가스 44) 렌터카 45) 무인경비 46) 스키장 47) 여행사(해외여행) 48) 워터파크 49) 저비용항공 50) 종합레저시설 51) 종합병원 52) 주유소 53) 콘도미니엄 54) 택배 55) 항공 56) 아파트
공공 서비스업 (10개)	1) 고속도로 2) 교육 3) 등기 4) 세무 5) 수도 6) 우편 7) 전력 8) 철도 9) 치안 10) 지하철

제2부

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI 전체
특징

1) 2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI)



국가 전체 지수	제조업 지수	서비스업 지수
'92 대비 35.0점 상승 (약 84% ▲)	'92 대비 29.2점 상승 (약 56% ▲)	'92 대비 38.2점 상승 (약 105% ▲)

2) 2019년도 KCSI 특징 및 경향

한국산업의 고객만족도(KCSI)는 전년 대비 1.3점 상승한 76.9점으로 나타나.. 이는 최초 조사연도인 1992년 대비 84% 상승치임

- ➔ 2019년 KCSI 국가지수는 76.9점으로 나타났으며 1992년 조사 첫 해와 비교했을 때 35.0점(▲84%) 성장을 기록했다. 산업별로는 제조업이 81.4점, 서비스업(공공 포함)이 74.6점으로 나타났다.
- ➔ 올해로 시행 28년을 맞게 된 KCSI는 '00년대 들어서 100여 개 산업으로 발표가 확대되었고, 올해 국가 전체 GDP(국내총생산) 74%에 해당되는 115개 산업 발표에 이르렀다. 그간 KCSI는 상승과 하락을 반복하였지만 꾸준히 성장을 기록하여 왔다. 이는 KCSI가 발표된지 15년이 경과될 무렵부터는 각 산업 및 기업은 고객만족경영을 통한 성장의 중요성과 연계성을 실감하고 고객중심경영을 기업의 필수적 생존전략으로 설정한 결과라 여겨지며, 경기 상승 또는 하락 여부를 떠나 기업들이 고객을 만족시키고자 하는 열의는 흔들리지 않고 이어지고 있음을 반증하는 것이다.
- ➔ 이러한 노력은 최근 들어 이어지고 있는 글로벌 경기 둔화 및 소비 심리 위축에도 불구하고 고객만족에 대한 관심과 중요성이 계속 높아지면서 고객만족을 위한 기업들의 노력이 고객들로부터 인정 받고 있음을 볼 수 있다. 특히 디지털가전, 생활가전, 자동차 관련 사업 등 현재 글로벌 시장에서 인정받고 있는 대한민국의 대표적 산업들이 고객중심의 경영혁신을 이끌면서 국내 산업에서 고객만족도 향상을 통한 기업 성장이라는 선순환 촉진 역할을 해오고 있다.
- ➔ 디지털 기술 기반의 4차 산업혁명이 진행되는 가운데서도 KCSI는 변화하는 고객의 니즈와 시장 환경을 보다 잘 반영하고 각 기업의 질적 수준을 정확히 측정하여 국내 산업의 나아갈 방향을 제시하는 조사제도로서 중요한 역할을 계속 할 수 있도록 많은 노력을 다할 것이다.

제2부

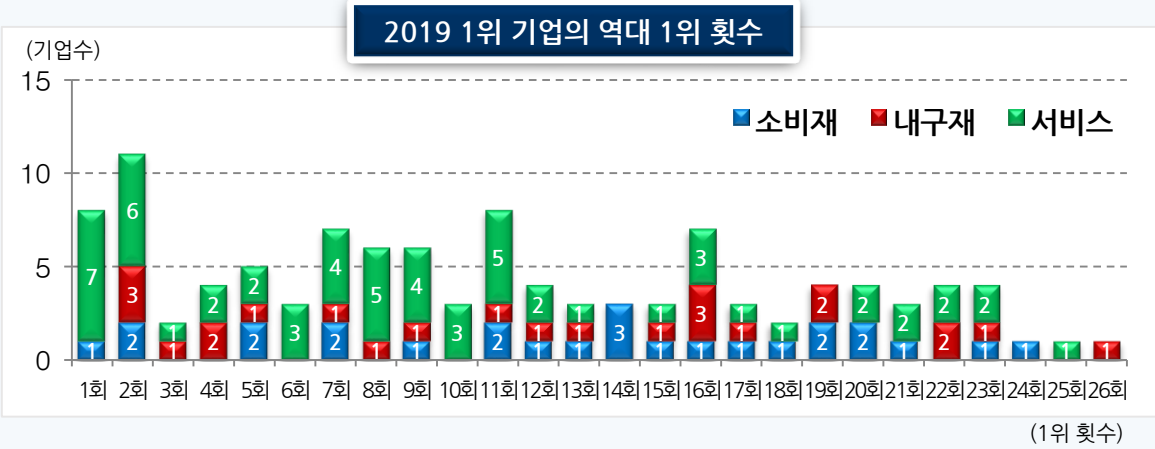
2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI 전체 특징

2) 2019년도 KCSI 특징 및 경향

**총 110개 1위 기업 선정. 제조업의 삼성전자, 현대자동차. 서비스업의
에버랜드, KT 등이 두각**

- 올해 28년째를 맞는 KCSI에서 2019년 산업별 1위 기업의 역대 1위 횟수를 보았을 때, 10회 이상 1위 기업이 배출된 58개 산업 중 소비재(18개)와 내구재(14개) 등 제조업이 총 32개 산업으로 나타났으며, 서비스업은 공공서비스를 포함하여 26개 산업으로 나타났다.
- 10회 이상에서는 제조업의 비중이 다소 높았고(55%) 10회 미만에서는 서비스업의 비중이 높았다(62%). 즉, 제조업에서의 장수 1위 산업이 보다 더 많은 것을 볼 수 있으며, 반면 서비스업에서 고객만족 경쟁이 더 치열한 것으로 판단할 수도 있다. 제조업은 세계 일류 수준의 기술력을 갖춘 기업들이 오랫동안 1위를 유지하며 KCSI를 선도하는 반면, 주로 국내 활동이 큰 비중을 차지하는 서비스업에서는 많은 기업들이 고객만족을 위해 노력하고 있지만 자주 1위가 변동되며 특정 기업의 독보적 선두 유지가 어려운 것으로 나타나 서비스 업종에서 까다로운 국내 소비자들의 눈높이와 니즈를 맞추는 것이 얼마나 어려운지를 반증하고 있다.
- 20회 이상 가장 많은 횟수 1위를 차지한 기업은 현대자동차(내구재, 26회), 에버랜드(서비스, 25회), 라이온코리아(소비재, 24회) 등으로 내구재와 서비스, 소비재를 대표하는 기업이었으며, 23회에는 금강(정장구두), 삼성전자(휴대폰), 삼성화재(자동차보험), 교보문고(대형서점) 등이, 22회는 삼성전자(PC 및 TV), SK텔레콤(이동전화), 아시아나항공(항공) 등이 뒤를 이었다. 21회는 삼성생명(생명보험), KT(시내/시외전화), 우정사업본부(공공서비스), 한국야쿠르트(유산균발효유) 등이, 20회는 SK에너지(주유소), 신영와코루(여성내의), GS리테일(편의점), 라이온코리아(주방세제) 등 4개 기업이 다수 1위를 기록하였다.
- 한편, 삼성전자는 5개 산업(휴대폰(스마트폰), TV, PC, 세탁기, 냉장고)에서 10회 이상 1위를 차지하며 한국의 대표 고객만족 선도 기업으로서 위상을 드높였으며, KT는 3개 산업(시내/시외전화, 초고속인터넷, 인터넷전화)에서 10회 이상 1위를 차지하여 고객만족 장수 기업으로서 큰 두각을 나타냈다.



제2부

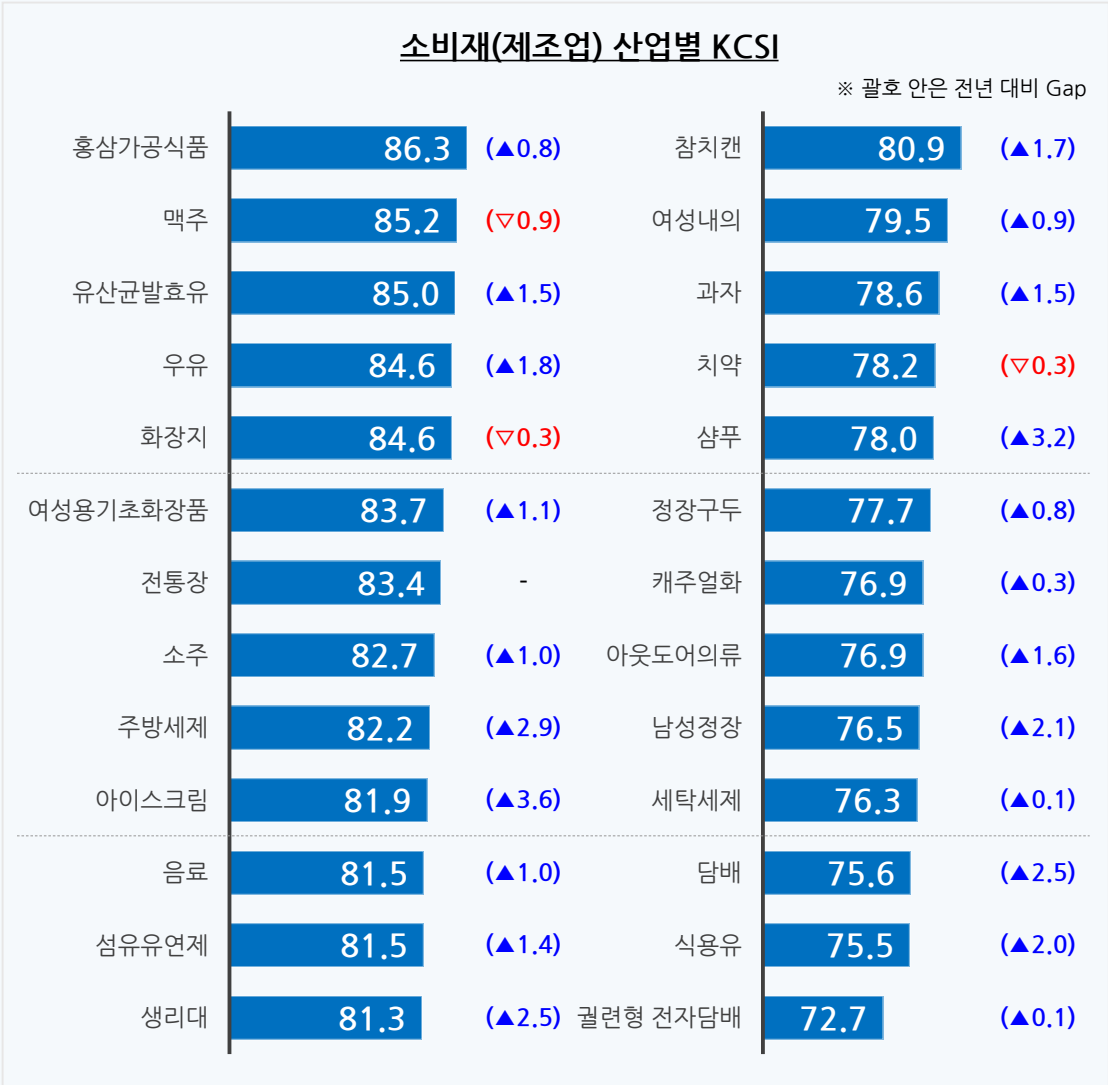
2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 주요
특징

1) 소비재 제조업의 고객만족도 특징

1인 가구, 여가문화, 건강 및 웰빙 관련 소비 트렌드가 반영된 제품에서 높은 만족도를 보여

- 올해 소비재 제조업의 만족도는 홍삼가공식품, 맥주, 유산균발효유 등이 높은 수준을 보인 것으로 조사되었다.
- 산업 내에서는 최근 증대되는 건강에 대한 관심에 부응한 제품과 서비스를 선보이고 있는 홍삼가공식품이 86.3점으로 소비재에서 가장 높게 나타났다. 다음으로 맥주(85.2), 유산균발효유(85.0) 등의 제품들이 그 뒤를 이었다. 해당 제품들은 건강에 대한 관심 증대, 1인 가구 증가에 따른 고객 니즈를 충족하며 높은 인기를 보이고 있다.
- 반면 궐련형 전자담배, 담배, 식용유를 비롯한 제화(정장구두, 캐주얼화), 의류(정장, 아웃도어) 등의 패션용품은 소비재 내에서 상대적으로 낮은 만족도를 보였고, 작년 신규 조사된 궐련형 전자담배는 72.7점으로 올해에도 가장 낮게 나타나 만족도 제고가 필요한 것으로 나타났다.



제2부

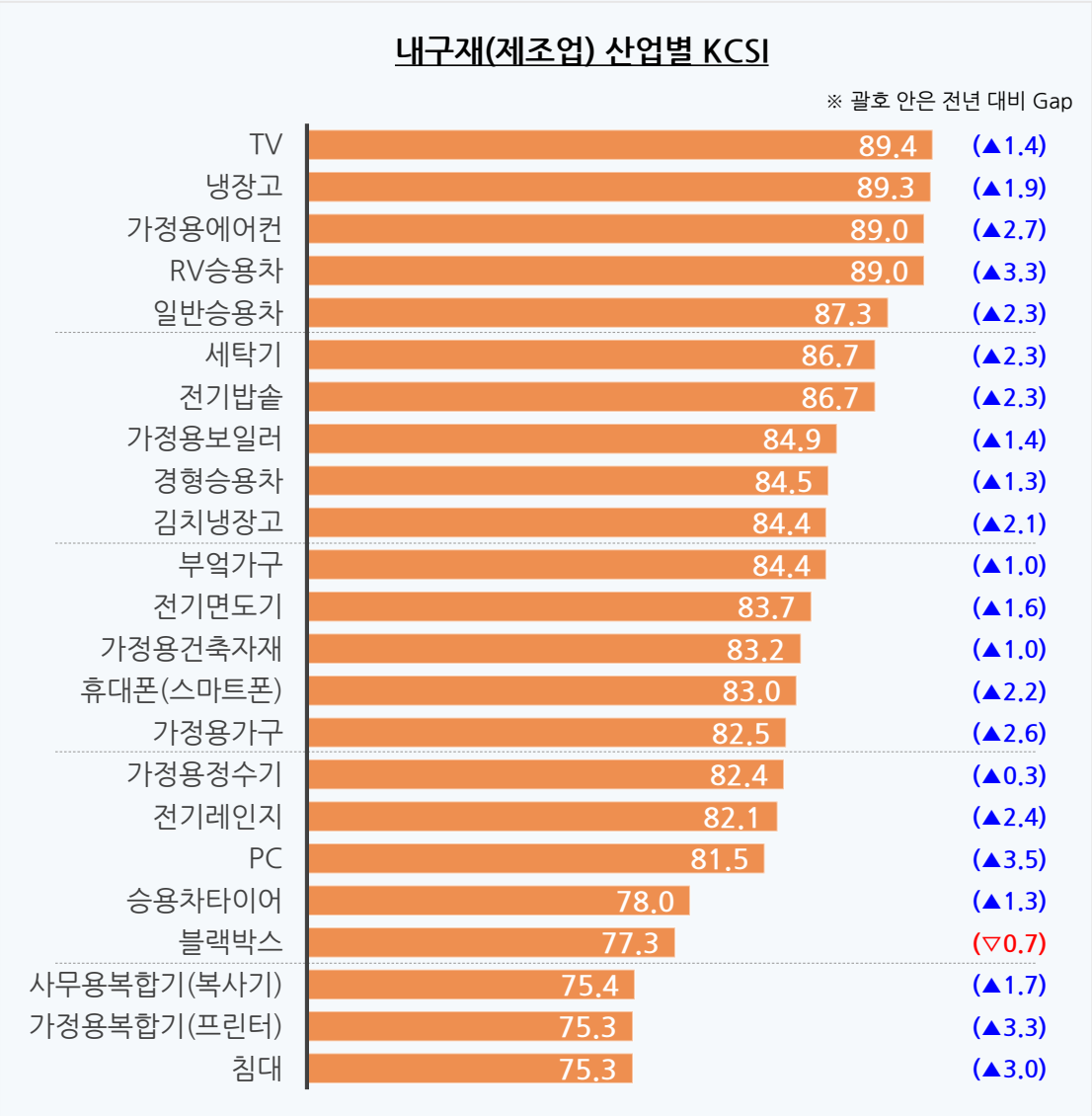
2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 주요
특징

2) 내구재 제조업의 고객만족도 특징

글로벌에서 경쟁력이 입증된 생활가전 및 자동차 산업이 내구재 제조업 이끌어

- 내구재 제조업에서는 생활가전 및 자동차 산업이 상위 10개 중에서 9개를 차지하며 전반적으로 고객들에게 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.
- 산업 내에서는 TV(89.4), 냉장고(89.3), 가정용에어컨(89.0), RV승용차(89.0), 일반승용차(87.3) 등이 80점 중후반의 높은 만족도를 보였다. 특히 내구재 제조업 전체 23개 산업 중 18개 산업이 80점 이상의 높은 만족 수준을 나타냈다.
- 52시간 근무제의 영향으로 소비문화가 집 밖에서 집 안으로 들어오며 주목 받고 있는 부엌가구(84.4), 가정용건축자재(83.2), 가정용가구(82.5)는 80점 초중반의 준수한 만족도를 보였다.
- 반면 지난 해 라돈 사태로 파장을 일으켰던 침대(75.3)는 여전히 낮은 만족도를 보였다.
- 또한 PC, RV승용차, 가정용복합기(프린터)들이 3점 이상의 향상을 나타내며 제조업 상승을 주도한 것으로 조사되었다.



제2부

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별 KCSI 주요 특징

3) 서비스업의 고객만족도 특징

유통에서는 면세점, TV홈쇼핑, 편의점이 강세. 금융은 체크카드, 자동차보험이 높은 만족수준을 기록해

- ➔ 서비스업은 유통에서 면세점, TV홈쇼핑, 편의점이 높은 만족도를 보였으며 금융에서는 체크카드, 자동차보험, 생명보험이 상위권을 기록한 것으로 조사되었다.
- ➔ 전체적으로 면세점(84.7)이 지속적으로 가장 우수한 평가를 받은 가운데 체크카드(83.2), TV홈쇼핑(82.8) 등이 80점 이상의 높은 만족도를 기록했다. 또한 1인 가구 증가에 따른 소비문화 변화에 발빠르게 대응하고 있는 편의점(81.0) 역시 서비스업 상위권으로 조사되었다.
- ➔ 여가문화 확산에 따라 올해 신규 조사된 산업 중 스크린골프는 81.0점으로 높은 만족도를 보였다. 반면 배달앱(76.7)과 숙박앱(70.1) 등 모바일 기반 신규 서비스는 다소 미흡한 점수를 보였다.

서비스업 산업별 KCSI				※ 괄호 안은 전년 대비 Gap	
면세점	84.7	(▲2.1)	종합병원	77.4	(▲2.7)
체크카드	83.2	(▲1.2)	백화점	77.3	(▲1.7)
TV홈쇼핑	82.8	(▲2.6)	패밀리레스토랑	77.3	(▲1.5)
편의점	81.0	(▲2.4)	택배	77.3	(▲0.4)
스크린골프	81.0	신규 발표	제과·제빵점	76.9	(▽0.7)
고속버스	80.6	(▲3.7)	배달앱	76.7	신규 발표
자동차보험	80.4	(▲1.3)	인터넷전화	76.6	(▲2.5)
종합레저시설	80.4	(▲4.1)	렌터카	76.6	(▲3.3)
치킨프랜차이즈	80.3	(▲0.3)	내비게이션 앱	76.5	(▽0.7)
여행사(해외여행)	80.3	(▲4.1)	은행	76.3	(▲2.6)
인터넷서점	80.2	(▲2.6)	스키장	76.3	(▲2.6)
생명보험	79.8	(▲2.5)	학습지	75.5	(▲1.4)
초고속인터넷	79.7	(▲2.6)	주유소	75.5	(▲1.1)
전자제품전문점	79.5	(▽0.2)	저비용항공	75.3	(▲3.4)
멤버십(포인트)	79.5	신규 발표	헬스&뷰티스토어	75.2	(▽1.1)
대형서점	79.4	(▲3.2)	피자전문점	75.1	(▲1.6)
시내·시외전화	79.1	(▲1.9)	검색포탈사이트	74.9	(▲1.4)
장기보험	78.9	(▲3.1)	저축은행	74.5	(▲4.7)
워터파크	78.5	(▲2.7)	대형마트	74.5	(▲2.4)
이동전화	78.3	(▲1.6)	오픈마켓	73.8	(▲1.2)
콘도미니엄	78.3	(▲2.3)	IPTV	73.4	(▲3.4)
커피전문점	78.2	(▽0.2)	인터넷쇼핑몰	73.2	(▲1.4)
영화관	78.1	(▲1.4)	증권	72.6	(▲3.9)
아파트	77.9	(▲0.2)	패스트푸드점	72.5	(▲2.0)
신용카드	77.7	(▲3.2)	항공	72.4	(▲0.8)
프리미엄아울렛	77.7	(▲2.4)	도시가스	72.1	(▲1.2)
국제전화	77.7	(▲2.3)	대형슈퍼마켓	70.4	(▲0.8)
무인경비	77.6	(▲4.0)	숙박앱	70.1	신규 발표

제2부

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 주요
특징

4) 공공서비스업의 고객만족도 특징

우편, 철도, 전력, 고속도로 등이 높은 만족도를 보였으나 CS향상을 위한 지속적인 노력이 요구돼

- 공공서비스는 우편이 79.6점으로 지속적으로 높은 만족도를 보였다. 공공서비스업을 발표하고 21년째 지속적으로 가장 우수한 평가를 받고 있다. 그 뒤를 이어 철도(79.0)와 전력(78.5)이 70점 대 후반을 기록했으며, 고속도로(75.0) 역시 70점 중반의 만족도를 나타내며 공공서비스 내에서 상위권을 차지했다.
- 한편, 치안행정(72.3)과 세무(72.1), 등기(71.5), 지하철(69.7)은 70점 대 전후의 수준에 머물렀으며, 교육은 61.9점으로 가장 낮게 나타나 만족도 향상을 위한 지속적인 노력이 요구되는 것으로 조사되었다.
- 향상도는 수도(▲5.4), 등기(▲5.0), 전력(▲3.7), 철도(▲3.4) 순으로 나타났다



제2부

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

1) 소비재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	과자	롯데제과	롯데제과(79.7), 해태제과(78.3), 오리온(77.9), 크라운제과(77.9)	'18 1위 : 오리온	5회
2	맥주	하이트진로	하이트진로(86.0), 롯데칠성음료(클라우드, 피츠)(85.1), OB맥주(카스포함)(84.9)	'18 1위 : OB맥주(카스포함)	12회
3	소주	금복주	금복주(86.1), 하이트진로(참이슬)(83.0), 롯데칠성(주류BG)(처음처럼)(80.5), 무학(78.6)	3년 연속	11회
4	식용유	사조대림(해표)	사조대림(해표)(78.1), CJ제일제당(백설)(73.2)	7년 연속	15회
5	아이스크림	빙그레	빙그레(82.9), 해태제과(82.2), 롯데제과(81.6), 롯데푸드(81.1)	13년 연속	14회
6	우유	서울우유	서울우유(85.5), 매일유업(83.1), 남양유업(82.6)	12년 연속	14회
7	유산균발효유	한국아쿠르트	한국아쿠르트(86.4), 매일유업(84.3), 남양유업(83.1)	18년 연속	21회
8	음료	동아오츠카	동아오츠카(83.0), 한국코카콜라(82.1), 롯데칠성음료(78.3)	5년 연속	14회
9	전통장	CJ제일제당(해찬들)	CJ제일제당(해찬들)(84.2), 대상(청정원)(82.5)	신규 발표	1회
10	참치캔	동원F&B(동원참치)	동원F&B(동원참치)(83.3), 오투기(오투기참치)(75.1), 사조산업(사조참치)(73.7)	16년 연속	19회
11	홍삼가공식품	한국인삼공사(정관장)	한국인삼공사(정관장)(87.6), 농협홍삼(한삼인)(81.8)	7년 연속	7회
12	궤련형 전자담배	KT&G(릴)	KT&G(릴)(74.7), 한국필립모리스(아이코스)(72.5), B.A.T.코리아(글로)(71.7)	2년 연속	2회
13	남성정장	삼성물산	삼성물산(77.2), LF(75.4)	15년 연속	19회
14	담배	한국필립모리스(말보로)	한국필립모리스(말보로)(77.4), KT&G(75.1), B.A.T.코리아(던힐)(74.6)	12년 연속	13회
15	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(83.2), LG유니참(80.1), 깨끗한나라(78.4)	10년 연속	11회

제2부
2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

1) 소비재 제조업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	삼푸	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(79.0), 애경(78.7), LG생활건강(77.9) 유니레버코리아(77.0), 한국P&G(75.5)	2년 연속	2회
17	섬유유연제	LG생활건강	LG생활건강(84.7), 한국P&G(81.4), 피죤(80.1)	4년 연속	7회
18	세탁세제	라이온코리아	라이온코리아(79.0), 애경(76.6), LG생활건강(73.1)	23년 연속	24회
19	아웃도어의류	블랙야크	블랙야크(78.7), 노스페이스(77.5), K2(76.9), 코오롱스포츠(76.5), 네파(75.4)	'18 1위: 영원아웃도어 (노스페이스)	5회
20	여성내의	신영와코루 (비너스)	신영와코루(비너스)(80.9), 남영비비안(비비안)(78.6)	20년 연속	20회
21	여성용기초 화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(84.5), LG생활건강(82.7)	5년 연속	16회
22	정장구두	금강제화	금강제화(78.3), 소다(77.6), 탠디(76.4)	18년 연속	23회
23	주방세제	라이온코리아	라이온코리아(83.1), LG생활건강(82.1), 애경(80.4)	14년 연속	20회
24	치약	LG생활건강	LG생활건강(79.2), 애경(78.4), 아모레퍼시픽(77.1)	2년 연속	9회
25	캐주얼화	금강제화 (랜드로바)	금강제화(랜드로바)(77.1), 형지에스콰이어(영에이지)(76.6)	17년 연속	17회
26	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(86.4), 깨끗한나라(84.7), 모나리자(83.2)	14년 연속	18회

제2부
2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	가정용복합기 (프린터)	캐논코리아 비즈니스솔루션	캐논코리아비즈니스솔루션(76.5), 한국엡손(75.5), 한국HP(74.0)	3년 연속	3회
2	가정용에어컨	삼성전자	삼성전자(89.6), LG전자(89.6), 오텍캐리어(86.3), 대유위니아(85.8)	7년 연속	8회
3		LG전자		-	13회
4	가정용정수기	웅진코웨이	웅진코웨이(83.2), SK매직(82.7), LG전자(81.7), 청호나이스(80.7)	3년 연속	16회
5	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(85.4), LG전자(84.7), 대유위니아(82.4)	9년 연속	9회
6	냉장고	삼성전자	삼성전자(89.5), LG전자(89.1)	10년 연속	15회
7	사무용복합기 (복사기)	한국후지제록스	한국후지제록스(77.6), 신도리코(74.5), 캐논코리아비즈니스솔루션(74.4)	19년 연속	19회
8	세탁기	삼성전자	삼성전자(86.9), LG전자(86.5)	10년 연속	17회
9	전기레인지	SK매직	SK매직(82.5), 쿠첸(81.1)	2년 연속	2회
10	전기면도기	필립스코리아	필립스코리아(84.4), 파나소닉(83.0), 브라운(82.5)	2년 연속	2회
11	전기밥솥	쿠쿠전자	쿠쿠전자(87.3), 쿠첸(85.3)	19년 연속	19회
12	휴대폰(스마트폰)	삼성전자	삼성전자(84.0), 애플(아이폰)(81.5), LG전자(77.8)	22년 연속	23회
13	PC	삼성전자	삼성전자(82.7), LG전자(82.0), 한국HP(74.0)	18년 연속	22회
14	TV	삼성전자	삼성전자(90.0), LG전자(88.6)	22년 연속	22회
15	가정용가구	한샘	한샘(84.6), 현대리바트(83.8), 까사미아(81.6), 에몬스가구(78.4)	4년 연속	4회

제2부
2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

2) 내구재 제조업

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	가정용건축자재	KCC	KCC(85.4), LG하우시스(83.9), 현대L&C(구 한화L&C)(80.7)	2년 연속	2회
17	가정용보일러	경동나비엔	경동나비엔(86.9), 린나이코리아(85.7), 귀뚜라미보일러(82.5)	6년 연속	7회
18	경형승용차	한국지엠	한국지엠(85.1), 기아자동차(84.0)	5년 연속	5회
19	부엌가구	한샘	한샘(84.5), 에넥스(84.1)	3년 연속	11회
20	블랙박스	팅크웨어 (아이나비)	팅크웨어(아이나비)(78.4), 더미동(유라이브) (75.7), 아이트로닉스(아이패스블랙)(75.1)	4년 연속	4회
21	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(78.4), 한국타이어(77.9), 넥센타이어(77.5)	15년 연속	16회
22	일반승용차	현대자동차	현대자동차(89.9), 기아자동차(86.8), 르노삼성자동차(85.2), 한국지엠(82.5)	26년 연속	26회
23	침대	시몬스	시몬스(76.3), 에이스침대(74.2)	11년 연속	12회
24	RV승용차	현대자동차	현대자동차(90.6), 기아자동차(88.6), 쌍용자동차(87.1)	16년 연속	16회

제2부

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별

KCSI 1위

기업

3) 일반 서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	생명보험	삼성생명	삼성생명(81.1), 한화생명(79.8), 교보생명(77.7)	15년 연속	21회
2	신용카드	신한카드	신한(80.7), 삼성(80.7), KB국민(78.9), 현대(78.5), BC(75.9), 롯데(74.8), 우리(72.8), NH농협(71.6)	9년 연속	9회
		삼성카드		4년 연속	13회
3	은행	신한은행	신한(78.8), KEB하나(77.7), KB국민(76.9), IBK기업(75.6), 우리(74.3), NH농협(72.4)	6년 연속	16회
4	자동차보험	삼성화재	삼성화재(83.3), 현대해상(81.1), DB손해보험(79.3), KB손해보험(78.9), 메리츠화재(77.7)	22년 연속	23회
5	장기보험	삼성화재	삼성화재(81.0), 현대해상(80.3), KB손해보험(77.9), DB손해보험(77.6), 메리츠화재(76.0)	9년 연속	9회
6	저축은행	애뮤온저축은행	애뮤온저축은행(75.6), SBI저축은행(75.3), OK저축은행(74.9), 웰컴저축은행(72.7)	'181위: OK저축은행	1회
7	증권	NH투자증권	NH투자(73.9), 삼성(73.3), KB(72.7), 한국투자(72.4), 대신(72.0), 미래에셋대우(71.8)	2년 연속	2회
8	체크카드	KB국민카드	KB국민(85.6), 신한(84.2), 우리(82.5), BC(81.7), NH농협(80.5)	5년 연속	8회
9	대형마트	롯데마트	롯데마트(74.9), 이마트(74.4), 홈플러스(74.1)	3년 연속	7회
10	대형서점	교보문고	교보문고(81.8), 영풍문고(79.4), 서울문고(반디앤루니스)(75.1)	23년 연속	23회
11	대형슈퍼마켓	GS슈퍼마켓	GS슈퍼마켓(72.4), 롯데슈퍼(71.5), 이마트 에브리데이(68.6), 홈플러스 익스프레스(67.9)	4년 연속	8회
12	멤버십(포인트)	롯데멤버스 (엘포인트)	LPOINT(엘포인트)(80.2), 해피포인트(79.8), OK캐쉬백(79.4), CJ ONE(78.0)	신규 발표	1회
13	면세점	호텔신라 (신라면세점)	호텔신라(신라면세점)(85.2), 호텔롯데(롯데면세점)(84.4)	7년 연속	7회
14	배달앱	우아한형제들 (배달의민족)	배달의민족(77.8), 요기요(76.0), 배달통(73.8)	신규 발표	1회
15	백화점	현대백화점	현대백화점(78.0), 롯데백화점(77.4), 신세계백화점(76.3)	2년 연속	11회

제2부
2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
16	숙박업	야놀자	야놀자(71.5), 여기어때(68.3)	신규 발표	1회
17	스크린골프	골프존	골프존(82.6), SG골프(80.7), 카카오VX(77.1)	신규 발표	1회
18	영화관	롯데시네마	롯데시네마(79.8), CJ CGV(78.6), 메가박스(73.3)	7년 연속	12회
19	오픈마켓	11번가	11번가(75.7), G마켓(73.4), 옥션(73.0)	11년 연속	11회
20	인터넷서점	YES24	예스24(82.3), 교보문고(인터넷교보문고)(80.2), 인터파크도서(78.4), 알라딘커뮤니케이션(알라딘)(78.2)	11년 연속	11회
21	인터넷쇼핑몰	SSG닷컴	SSG닷컴(74.1), GS홈쇼핑(GSSHOP) (73.6), 현대홈쇼핑(Hmall)(73.3), CJ오쇼핑(CJmall) (73.0), 롯데닷컴(72.6)	2년 연속	2회
22	전자제품전문점	삼성디지털프라자	삼성디지털프라자(80.3), 롯데하이마트(80.0), LG전자베스트샵(78.5), 전자랜드 프라이스킹(75.2)	9년 연속	9회
23	제과·제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리바게뜨(77.5), 두레쥬르(74.9)	9년 연속	11회
24	치킨프랜차이즈	교촌에프앤비 (교촌치킨)	교촌치킨(81.1), 네네치킨(80.5), BHC치킨(79.8), BBQ(78.4)	'18 1위: 비에이치씨 (BHC치킨)	2회
25	커피전문점	엔제리너스	엔제리너스(80.6), 스타벅스(80.6), 투썸플레이스(76.8), 이디야커피(76.0), 할리스커피(73.7), 커피빈(73.6)	10년 연속	10회
		스타벅스		-	1회
26	패밀리레스토랑	빔스(MPS)	빔스(MPS)(80.2), 아웃백스테이크하우스(76.8), TGI프라이데이스(76.6), 애슐리(74.1)	5년 연속	9회
27	패스트푸드점	롯데리아	롯데리아(73.9), 버거킹(73.0), KFC(71.6), 맥도날드(71.0)	7년 연속	7회
28	편의점	GS25	GS25(82.6), CU(81.5), 세븐일레븐(79.7), 이마트24(78.3), 미니ストップ(76.6)	17년 연속	20회
29	프리미엄아울렛	현대프리미엄 아울렛	현대프리미엄 아울렛(78.2), 롯데프리미엄 아울렛(77.8), 신세계사이먼프리미엄 아울렛(77.0)	'18 1위: 롯데프리미엄 아울렛	1회
30	피자전문점	도미노피자	도미노피자(77.5), 피자헛(75.3), 미스터피자(71.4)	5년 연속	5회

제2부

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별

KCSI 1위

기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
31	학습지	대교	대교(78.3), 웅진씽크빅(75.8), 재능교육(75.0), 교원구몬(구몬학습)(73.5)	4년 연속	12회
32	헬스&뷰티 스토어	올리브영	올리브영(75.5), 랄라블라(74.3), 롭스(74.3)	2년 연속	2회
33	TV홈쇼핑	롯데홈쇼핑	롯데홈쇼핑(84.7), GS홈쇼핑(83.2), CJ오쇼핑(83.1), 현대홈쇼핑(82.4), 홈앤쇼핑(81.1), NS홈쇼핑(78.1)	3년 연속	3회
34	검색포털사이트	Naver(네이버)	Naver(네이버)(75.6), 카카오(다음)(72.2)	16년 연속	16회
35	국제전화	SK텔링크(00700)	SK텔링크(00700)(79.6), KT(001)(78.8), LG유플러스(002)(71.1)	5년 연속	6회
36	내비게이션 앱	티맵(Tmap)	티맵(Tmap)(77.8), 카카오내비(76.5), 네이버지도(74.9)	2년 연속	2회
37	시내·시외전화	KT	KT(79.5), SK브로드밴드(77.7)	20년 연속	21회
38	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(80.1), KT(78.5), LG유플러스(74.1)	22년 연속	22회
39	초고속인터넷	KT	KT(81.4), SK브로드밴드(79.7), LG유플러스(75.4)	4년 연속	15회
40	인터넷전화	KT	KT(79.5), SK브로드밴드(76.9), LG유플러스(73.0)	10년 연속	10회
41	IPTV	KT	KT(75.6), SK브로드밴드(73.7), LG유플러스(68.5)	4년 연속	6회
42	고속버스	금호고속	금호고속(82.4), 동양고속(79.5), 중앙고속(78.2)	14년 연속	17회
43	도시가스	서울도시가스	서울도시가스(76.4), 부산도시가스(75.3), 에스코(74.6), 삼천리도시가스(71.7), 대성에너지(69.0), 코원에너지서비스(66.4), 대륜E&S(64.8)	'181위: 부산도시가스	2회
44	렌터카	롯데렌터카	롯데렌터카(77.5), SK렌터카(76.9), AJ렌터카(75.6)	4년 연속	4회
45	무인경비	에스원	에스원(78.7), ADT캡스(76.9), KT텔레캅(76.7)	5년 연속	5회

제2부

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
46	스키장	휘닉스평창	휘닉스평창(77.4), 비발디파크(76.7), 용평리조트(75.9), 하이원리조트(75.7), 무주덕유산리조트(75.3)	6년 연속	6회
47	여행사(해외여행)	하나투어	하나투어(82.2), 롯데관광개발(79.9), 노랑풍선(79.3), 모두투어네트워크(78.3)	11년 연속	11회
48	워터파크	캐리비안베이	캐리비안베이(80.5), 오션월드(76.0)	8년 연속	8회
49	저비용항공	에어부산	에어부산(77.9), 제주항공(76.0), 티웨이항공(75.5), 진에어(74.2), 이스타항공(72.1)	7년 연속	7회
50	종합레저시설	에버랜드	에버랜드(83.0), 롯데월드(79.3), 서울랜드(75.8)	25년 연속	25회
51	종합병원	서울아산병원	서울아산병원(79.1), 삼성서울병원(79.1), 세브란스병원(신촌)(76.9), 서울성모병원(76.0), 서울대학교병원(본원)(75.3)	7년 연속	8회
		삼성서울병원		2년 연속	18회
52	주유소	SK에너지 (SK주유소)	SK에너지(SK주유소)(77.4), GS칼텍스(76.3), 예쓰오일(74.9), 현대오일뱅크(72.3)	9년 연속	20회
53	콘도미니엄	한화리조트	한화리조트(79.3), 대명리조트(77.9)	8년 연속	10회
54	택배	우체국택배	우체국택배(78.1), CJ대한통운(77.5), 롯데택배(76.7), 한진택배(74.8)	2년 연속	8회
55	항공	아시아나항공	아시아나항공(72.7), 대한항공(72.1)	6년 연속	22회

4) 공공서비스업

No	산업	1위 기업	분석대상기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	공공서비스	우정사업본부 (우편)	우편(79.6), 철도(79.0), 전력(78.5), 고속도로(75.0), 수도(74.8), 치안행정(72.3), 세무서(72.1), 등기(71.5), 교육(61.9)	21년 연속	21회
2	지하철	부산교통공사	부산교통공사(78.0), 광주도시철도공사(77.4), 대구도시철도공사(76.5), 대전도시철도공사(72.4), 인천교통공사(71.2), 서울교통공사(66.1)	3년 연속	4회

제2부
2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업의 특징

1) KCSI 복수 산업 1위 기업

삼성전자, KT, 삼성물산을 비롯한 총 16개 기업이 2개 이상 복수 산업에서 1위에 선정돼

- 작년에 이어 2019년 KCSI에서도 삼성전자가 총 8개 산업에서 1위를 차지하며 최다 산업 1위 기업의 자리를 수성했다. 삼성전자는 전년도 1위로 선정된 가정용에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, TV, PC, 휴대폰(스마트폰), 전자제품전문점 등 8개 산업에서 1위를 유지했다.
- KT는 시내/시외전화, 인터넷전화, IPTV, 초고속인터넷 등 4개 산업에서 1위를 기록하며 삼성전자에 이어 두 번째로 많은 복수산업 1위를 차지했다.
- 이외에도 삼성물산(남성정장, 종합레저시설, 워터파크)이 3개 산업에서 1위로 나타났으며 금강제화, 라이온코리아, 롯데지알에스, 삼성화재, 우정사업본부, 유한킴벌리, 한샘, 현대백화점, 현대자동차, GS리테일, SK텔레콤 등이 2개 산업에서 1위를 차지하는 영예를 안았다.

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 복수산업 1위 기업

번호	기업명	1위 산업	비고
1	삼성전자	가정용에어컨, 김치냉장고, 냉장고, 세탁기, TV, PC, 휴대폰(스마트폰), 전자제품전문점	8개 산업 1위 (‘18년: 8개 산업 1위)
2	KT	시내/시외전화, 인터넷전화, IPTV, 초고속인터넷	4개 산업 1위 (‘18년: 4개 산업 1위)
3	삼성물산	남성정장, 종합레저시설, 워터파크	3개 산업 1위 (‘18년: 3개 산업 1위)
4	금강제화	정장구두, 캐주얼화	2개 산업 1위 (‘18년: 2개 산업 1위)
5	라이온코리아	세탁세제, 주방세제	2개 산업 1위 (‘18년: 2개 산업 1위)
6	롯데지알에스	패스트푸드점, 커피전문점	2개 산업 1위 (‘18년: 2개 산업 1위)
7	삼성화재	자동차보험, 장기보험	2개 산업 1위 (‘18년: 2개 산업 1위)
8	아모레퍼시픽	샴푸, 여성용기초화장품	2개 산업 1위 (‘18년: 3개 산업 1위)
9	우정사업본부	택배, 우편	2개 산업 1위 (‘18년: 2개 산업 1위)
10	유한킴벌리	생리대, 화장지	2개 산업 1위 (‘18년: 2개 산업 1위)
11	한샘	부엌가구, 가정용가구	2개 산업 1위 (‘18년: 2개 산업 1위)
12	현대백화점	백화점, 프리미엄아울렛	2개 산업 1위 (‘18년: 1개 산업 1위)
13	현대자동차	일반승용차, RV승용차	2개 산업 1위 (‘18년: 2개 산업 1위)
14	GS리테일	대형슈퍼마켓, 편의점	2개 산업 1위 (‘18년: 2개 산업 1위)
15	LG생활건강	섬유유연제, 치약	2개 산업 1위 (‘18년: 3개 산업 1위)
16	SK텔레콤	이동전화, 내비게이션앱	2개 산업 1위 (‘18년: 1개 산업 1위)

제2부
2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

산업별
KCSI 1위
기업의 특징

2) 2018년 대비 KCSI 1위 기업 변동 산업

총 10개 산업에서 KCSI 1위 기업 변동이 나타나며 치열한 경쟁을 보인 것으로 조사돼

- ➔ 2019년 KCSI 조사결과 총 10개 산업에서 1위 기업의 변동이 나타난 것으로 조사되었다.
- ➔ 산업군별로는 소비재에서 맥주(하이트진로), 과자(롯데제과), 아웃도어의류(블랙야크) 등 3개 산업, 내구재에서는 가정용에어컨(삼성전자, LG전자) 산업에서 1위 변동이 나타났다. 서비스업에서는 저축은행(애뮤온저축은행), 백화점(현대백화점), 치킨프랜차이즈(교촌F&B(교촌치킨)), 커피전문점(롯데GRS(엔제리너스), 스타벅스커피코리아), 프리미엄아울렛(현대프리미엄아울렛), 도시가스(서울도시가스) 등 가장 많은 총 6개 산업에서 치열한 고객만족도 경쟁 끝에 1위 기업이 변동되었다.

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 1위 변동 기업

No	산업군	산업명	2019년 KCSI 1위 기업	2018년 KCSI 1위 기업
1	소비재 (3개)	맥주	하이트진로	OB맥주(카스포함)
2		과자	롯데제과	오리온
3		아웃도어의류	블랙야크	영원아웃도어(노스페이스)
4	내구재(1개)	가정용에어컨	삼성전자, LG전자	삼성전자
5	서비스(6개)	저축은행	애뮤온저축은행	OK저축은행
6		백화점	현대백화점	롯데백화점, 현대백화점
7		치킨프랜차이즈	교촌F&B(교촌치킨)	BHC(BHC치킨)
8		커피전문점	롯데GRS(엔제리너스), 스타벅스커피코리아	롯데GRS(엔제리너스)
9		프리미엄아울렛	현대프리미엄아울렛	롯데프리미엄아울렛
10		도시가스	서울도시가스	부산도시가스

제2부

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI
향상을 위한
제언

온라이프 시대가 온다

- 최근 ‘아마존되다(To be Amazoned=황폐화되다)’라는 신조어가 일반화될 정도로 아마존이 유통 산업을 잠식해온 바 있다. 그런데 온라인 공룡 아마존이 이제는 오프라인 진출에서도 열을 올리고 있다. 온라인과 오프라인의 경계가 허물어지는 오늘날, 더 이상 온라인 활동만으로는 성장의 한계가 있음을 예견했기 때문이다.
- 오늘날 많은 소비자들도 온라인과 오프라인을 적절히 활용한 스마트한 소비를 하고 있다. 이렇게 온라인과 오프라인의 경계가 무너진 ‘온라이프(Onlife)’ 시대가 도래한 것이다. ‘온라이프’란 이탈리아의 철학자 루치아노 플로리디가 처음 사용한 용어로서 온라인과 일상적인 삶의 차이가 점점 희미해져서 마침내는 두 영역의 구분이 사라지게 됨을 의미한다. 새로운 기술의 발전으로 온라인과 생활, 오프라인과 온라인, 그리고 일과 가정 사이의 경계선이 점차 모호해지면서 우리는 일상적으로 온라이프를 체험하게 되었다. 이미 여러 산업은 새로운 경제질서인 ‘온라이프’로 전이되고 있고 있는 것이다.
- 미국의 전통적인 대형 유통기업인 월마트는 오프라인과 온라인 사업간의 유기적 연계를 통해 통합된 경험을 제공하는 등 변화하는 환경속 복합된 경험 제공을 통해 위기 극복의 모멘텀으로 활용하고 있다.
 - 신한은행은 디지털 혁신 기술을 활용하여 대면채널(지점)의 경험을 혁신하는 동시에 비대면채널 상 고객여정을 통합하는 플랫폼 구축을 통해 효율성과 편리성을 제고하여 고객에게 온오프라인에서의 긍정적인 경험을 제공하고 있다.
 - 롯데홈쇼핑은 주문한 상품을 계열사 편의점을 통해 반품할 수 있도록 했으며, ‘스마트픽’ 서비스 도입으로 롯데홈쇼핑으로 주문한 백화점 상품도 편의점 수령이 가능하게 했다. 최근에는 주문한 모든 상품을 편의점에서 수령할 수 있도록 확대하였다.
- 물론 기존에도 ‘옴니채널’이라는 용어도 제시된 바 있었다. 일반적으로 옴니채널은 단순히 다양한 유통망을 의미한다. 오프라인 유통망, 온라인 유통망, 기타 유통망 등 여러 유통망에 대한 개념으로 그 망 자체에 대한 설명이었다. 반면 ‘온라이프’는 온오프라인 경계를 넘나들며 24시간 언제나 검색이나 구매를 하는 즉, 모바일 기기와 함께 항상 ‘ON’상태인 소비자 행동을 지칭하는 개념이다. 최근 오프라인 매장들이 문을 닫는 것은 다른 외부적인 요인보다는 소비자의 행위가 변화했기 때문이고 이들이 온라인 매장보다 고객에게 상대적으로 더 특별한 경험을 제공하지 못했기 때문이다.
- ‘온라이프’ 시대의 고객만족을 위해서는 고객을 보는 관점을 바꾸어야 한다. 즉, 기존 인구통계학 기반 분석을 바꾸어 이제는 고객의 실제 경험 관점을 바탕으로 사용자를 분석해야 한다. 이로서 그 동안 보이지 않았던 고객의 상황이나 맥락을 볼 수 있다. 이러한 관점으로 다양한 고객 경험 패턴을 모델링하고 분석, Target화, 맞춤형 CS제공이 이어져야 한다. 이를 바탕으로 상품과 서비스를 이용하는 사람과 제공하는 사람들에게 차별적이고 진정한 경험을 어떻게 디자인하여 제공해야 할지에 대한 고민이 필요한 것이다.

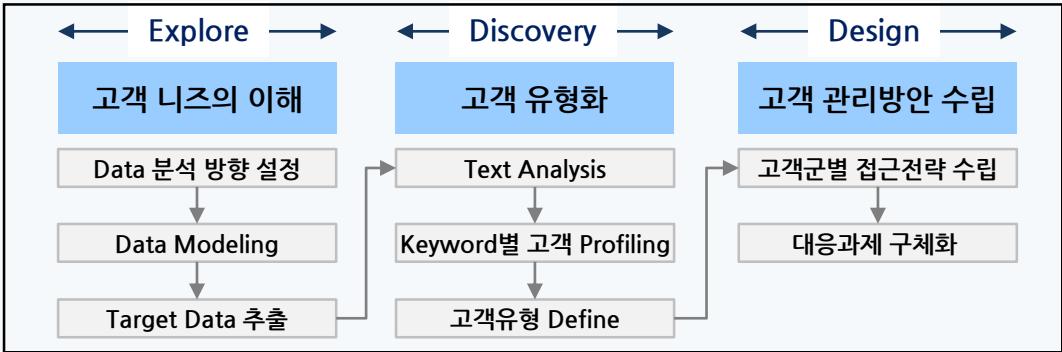
제2부
2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI
향상을 위한
제언

새로운 시대에 맞게 보다 적극적으로 VOC를 관리하라

- ‘고객의 소리(VOC)’는 기업 경영의 근본이자 고객만족경영활동의 기반이며, 시대가 바뀌더라도 VOC에 대한 중요성은 날로 높아져가고 이에 대한 보다 적극적이고 능동적인 대응이 요구되는 시점이다. 4차 산업혁명시대를 맞아 중요도가 높아진 ‘빅데이터(Big Data)’도 ‘고객의 소리’ 관점에서 판단하여, SNS, 블로그 등 각종 웹에서 노출되는 고객의 입소문(Buzz)까지도 ‘고객의 소리’ 범위에 포함시켜 이를 수집해서 분석하는 등 그 활용도를 더욱 높여야 할 것이다. 과거와 같이 수동적인 형태보다는 좀 더 능동적인 형태로 ‘고객의 소리’에 대응하고 이를 경영자산화하고 리스크에 대비해야 하는 것이다.
- ‘고객의 소리(VOC)’란 고객이 기업의 상품 또는 서비스를 구매하거나 경험하는 과정에서 발생하는 만족, 불만족이 기업에 피드백된 일련의 정보라 할 수 있다. 이러한 ‘고객의 소리’는 기업이 CS경영을 전개하는 한 소홀히 해서는 안 될 가장 기본 중의 기본이라 할 수 있다. 그러나 아직도 많은 기업들이 이러한 고객의 소리에 대해 그 중요성을 피부로 절실히 느끼지 못하고 있는 것이 현실이다. 또는 자신들은 ‘고객의 소리’에 매우 민감하다고 생각하고 있지만 ‘고객의 소리’를 처리하는 과정을 진단해 보면 그와는 정반대의 모습을 보이는 경우가 드물지 않게 나타나고 있다.
- 그렇다면 어떻게 VOC Data를 효과적으로 수집하고 활용할 수 있을까? 우선, VOC 접수/처리 후 방치되고 있는 Text Data(상담의 구체적 내용)에 대해 관심을 가져보자. 최근 활용도가 높아지고 있는 Text Mining 솔루션으로 방대한 상담 내용에 포함된 Keyword와 VOC 유형과의 분석과 함께 유사한 Keyword 패턴을 보이는 고객을 유형화하여 그들의 상황적 속성을 발견하는 것이 중요하다. 이렇게 도출된 다양한 인과관계와 의미있는 패턴 및 규칙을 활용하여, 고객군별 니즈에 선제적으로 대응하기 위한 전략을 수립하고 업무별 사전 대응 활동을 구체화 하는 등 체계를 마련할 수 있을 것이다.
- 특히 Digital Transformation / Onlife 시대에는 고객과 시장 변화에 따라 기존의 고객 음성(VOICE) 중심의 불만처리/개선/Insight 제시를 넘어, VOICE의 범위를 다양한 형태로 표출되는 고객의 직간접적 행동으로 보다 확대하고 광범위한 데이터 수집과 분석 및 관리 방안 구축을 통해 고객 예측까지 추진해야 할 것이다.

VOC 기반 선제적 고객대응 체계 Framework



제2부

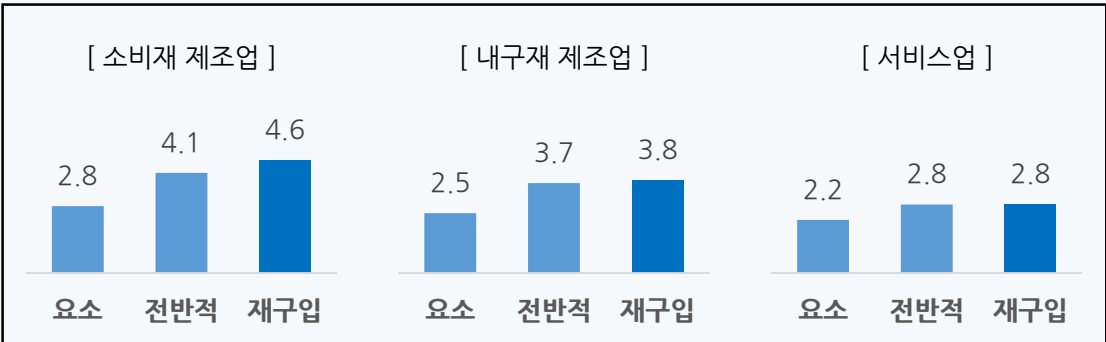
2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

KCSI
향상을 위한
제언

새로운 고객 경험으로 고객 로열티(Loyalty)를 높여라

- 기업에서는 매순간 새로움과 차별화라는 목표를 달성하고자 깊은 고민을 거듭하고 있으며, 최종적으로 고객에게 선택 받기 위한 각고의 노력을 기울이고 있다. 이러한 기업들의 피나는 노력과 고객 니즈의 변화로 시장에서의 치열한 경쟁은 더욱 가속화 되고 있으며 이에 대한 보다 많은 비용과 노력들이 수반되고 있는 상황이다. 그러한 의미에서 기업의 제품과 서비스를 꾸준히 그리고 확실하게 구매하게끔 만드는 고객 로열티(Loyalty)의 개념은 기업의 고민과 노력의 해결책으로서 큰 시사점을 제공한다.
- 고객 로열티(Loyalty)는 다른 기업의 제품이나 서비스를 구입하도록 하는 잠재적인 상황 요인, 혹은 다른 기업의 적극적인 활동에도 불구하고 자사의 제품이나 서비스를 일관되게 재구매하고 반복적으로 구매하고자 하는 고객의 몰입 정도를 말한다. 더 나아가 반복 구매한 고객은 주위 사람들에게까지 그 기업을 적극 추천함으로써, 장기간에 걸쳐 수익과 매출증가 확보 및 신규고객 창출에도 상당한 역할을 한다고 알려져 있다.
- KCSI 모델을 구성하고 있는 3대 차원 ‘요소만족도, 전반적만족도, 재이용의향’에 대한 조사 결과를 KCSI 1위 기업과 非1위 그룹 간 비교해서 살펴보면(아래), 제조업과 서비스업 모두 요소만족도에서는 2점대로 상대적인 격차가 적게 나타나는 것을 볼 수 있다. 이는 규모, 실적과 관계없이 대부분의 기업들이 상품이나 서비스의 세부적인 품질을 높이기 위해 많은 노력을 진행한 결과 큰 차이를 보이지 못하는 것으로 판단된다. 반면, 전반적 만족도에서는 1위 그룹과 타 기업 간의 격차가 크게 나타났으며, 특히 고객 로열티 지표라고 할 수 있는 재구입(재이용) 의향에서는 가장 큰 수준 차이를 보였다. 즉, KCSI 등 고객만족도를 높이기 위해서는 요소만족도와 같은 상품과 서비스 개선을 위한 세부적인 노력을 바탕으로 전반적 만족도 및 로열티를 확보해야 할 것이며, 특히 고객 로열티 차별화를 중요하게 생각해야 할 것이다.
- 이렇게 중요한 고객 로열티를 성공적으로 관리하기 위해서는 제품과 서비스의 기능적(이상적)인 가치보다 제품, 서비스, 직원, 커뮤니케이션 등을 보고 느낀 감성적인 가치 전달에 집중할 필요가 있다. 또한 재구입(재이용)의향은 인지적 요인보다는 행동적 요소가 강하게 작용하기 때문에 고객경험관리(CEM) 관점에서 구매(이용)과정 범위 전반에 대해 살펴보고 실제 어떤 단계에서 개선하고 관리해야 할지 탐색해야 한다. 아울러 고객이 제품이나 서비스를 이용한 후 스스로 평가하는 단계에서 실제로 만족하고 있는지를 철저하게 조사하고 이를 반영하는 것이 중요하다.

KCSI 3대 차원별 1위-非1위 그룹 간 격차 비교(2017-2019년)



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 식료품(식용 정제유/장류/수산물)

• 식용유

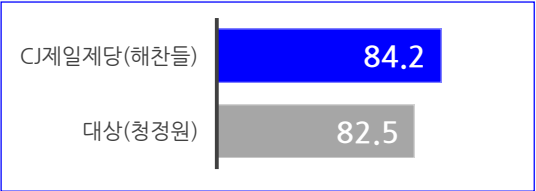
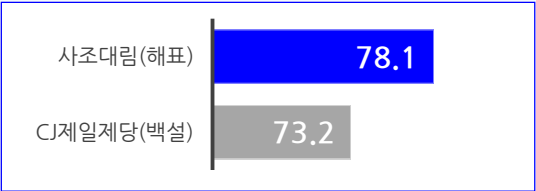
가성비와 실용성을 중시하는 소비트렌드와 1·2인 가구 증가를 반영한 소용량 제품들이 인기를 끌고 있는 가운데, 식용유 산업에서는 사조대림(해표)이 78.1점으로 2위 CJ제일제당(백설)(73.2)을 제치고 올해 7년 연속 1위(역대 15회 1위) 자리에 올랐다.

사조대림(해표)는 전반적 만족도와 재구입의 향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 요리의 맛, 풍부한 영양, 제품 다양성, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.

• 전통장

장 하나만으로 다양한 요리를 만들 수 있는 ‘편의형 장류’ 등을 선보이며 변화하는 식문화에 적극 대응하고 있는 전통장 산업에서는 CJ제일제당(해찬들)이 84.2점으로 대상(청정원)(82.5)을 제치고 조사 통합 첫째 1위에 선정되는 영예를 안았다.

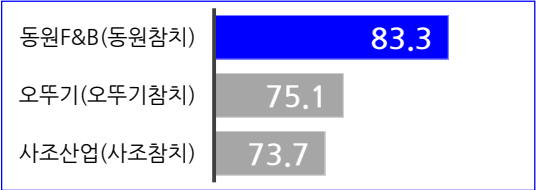
CJ제일제당(해찬들)은 전반적 만족도와 재구입의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 기록하였으며, 요소만족도는 맛과 빛깔, 농도, 성분, 사용 편리성, 품질 대비 가격 등의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



• 참치캔

소비자들이 더욱 간편하게 요리에 활용할 수 있도록 맞춤형 소스와 각종 재료로 양념된 요리용 RTC(Ready to Cook) 참치캔이 출시되며 주목을 받고 있는 가운데, 참치캔 산업에서는 동원F&B(동원참치)가 83.3점을 기록하며 경쟁사들을 제치고 16년 연속 1위(역대 19회 1위)의 위업을 달성했다.

동원F&B(동원참치)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 우위를 기록했으며, 요소만족도는 맛과 영양, 적당한 양과 기름기, 제품 다양성, 구입 용이성, 개봉 용이성, 제품디자인, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등 모든 세부 항목에서 경쟁사들보다 우수한 모습을 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 식료품(과자 / 빙과류)

• 과자

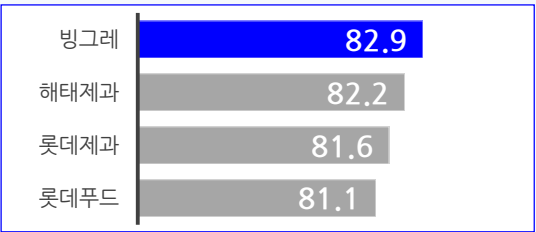
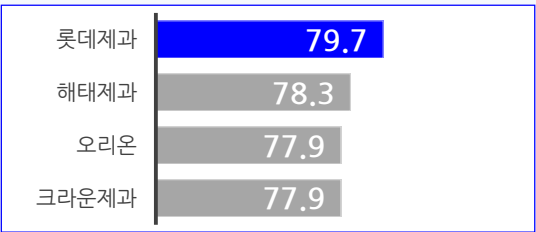
기존 제품을 다른 형태로 만들어 판매하는 '컨버전(Conversion)' 열풍이 거세지며 익숙한 듯 하면서도 새로운 맛과 식감의 제품들이 소비자들을 사로잡고 있는 과자 산업에서는 롯데제과가 79.7점으로 1위(역대 5회 1위) 자리를 탈환했다. 해태제과(78.3), 오리온(77.9), 크라운제과(77.9)가 그 뒤를 이었다.

롯데제과는 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 맛의 다양성, 부스러기 방지, 크기, 포장 디자인 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족을 보인 것으로 조사되었다.

• 아이스크림

고급화 되는 식문화 트렌드에 발맞춰 다양한 프리미엄 신제품을 선보이며 소비자들의 이목을 끌고 있는 아이스크림 산업에서는 빙그레가 82.9점으로 13년 연속 1위(역대 14회 1위) 자리를 지켰다. 다음으로 해태제과(82.2), 롯데제과(81.6), 롯데푸드(81.1)가 그 뒤를 이었다.

빙그레는 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 맛 종류의 다양성, 당도, 뒷맛, 구입 용이성에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 식료품(낙농제품)

• 우유

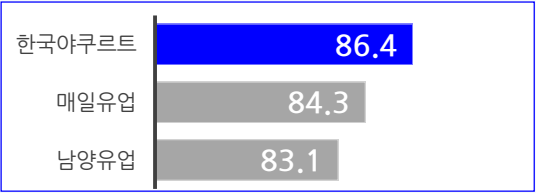
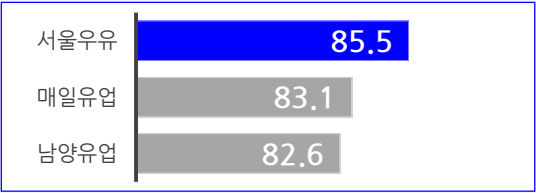
건강에 대한 소비자들의 관심 증대에 따라 유기농 우유 등 프리미엄 제품이 꾸준히 출시되고 있는 우유 산업에서는 서울우유가 85.5점으로 매일유업(83.1), 남양유업(82.6)을 제치고 12년 연속 1위(역대 14회 1위)를 계속 이어갔다.

서울우유는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 맛과 냄새, 성분, 제품 다양성, 개봉 용이성, 구입 용이성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 거의 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.

• 유산균발효유

프로바이오틱스에 대한 소비자의 관심이 증가하며 기능성에 중점을 둔 제품이 출시되며 소비자들의 인기를 끌고 있는 유산균발효유 산업에서는 한국야쿠르트가 86.4점으로 18년 연속 1위(역대 21회 1위)의 자리를 고수했다. 매일유업(84.3)과 남양유업(83.1)이 그 뒤를 이었다.

한국야쿠르트는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 제품 맛과 농도, 건강에 도움, 제품 다양성, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



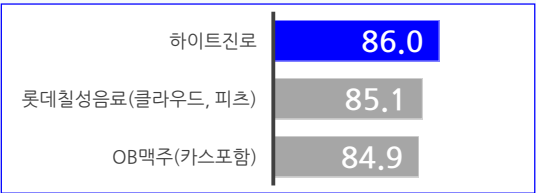
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 음료

● 맥주

‘혼맥’(혼자 마시는 맥주), ‘낮맥’(낮에 마시는 맥주) 등의 문화에 발맞춰 가성비를 앞세운 다양한 소용량 제품이 출시되며 소비자들의 사랑을 받는 가운데, 하이트진로가 86.0점으로 롯데칠성음료(클라우드, 피츠)(85.1)를 제치고 올해 1위(역대 12회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

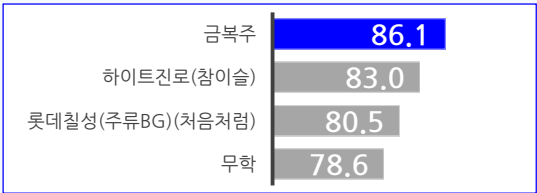
하이트진로는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맥주의 첫 맛, 구입 용이성, 포장 및 제품 디자인, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



● 소주

다양한 소비자 취향과 ‘뉴트로(New+Retro)’ 트렌드를 반영한 제품이 세대를 불문하고 큰 각광을 받고 있는 가운데, 소주 산업에서는 금복주가 86.1점으로 3년 연속 1위(역대 11회 1위)를 이어갔다. 하이트진로(참이슬)(83.0), 롯데칠성음료(주류BG)(처음처럼)(80.5), 무학(78.6)이 그 뒤를 이었다.

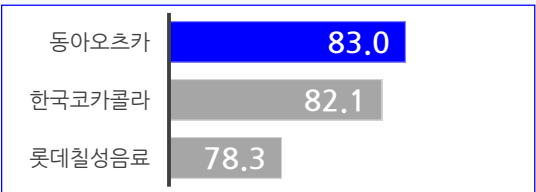
금복주는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소 만족도는 깨끗한 뒷 맛, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 음료

소비자들의 건강에 대한 관심이 높아지면서 건강 기능성을 강조한 생수와 탄산수, 차음료 등 건강한 이미지를 강조한 제품들이 지속적으로 출시되고 있는 가운데, 음료 산업에서는 동아오츠카가 83.0점으로 5년 연속 1위(역대 14회 1위) 자리를 고수했다. 그 뒤를 이어 한국코카콜라(82.1), 롯데칠성음료(78.3) 순으로 나타났다.

동아오츠카는 재구매의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 적당한 당도, 품질 대비 가격의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



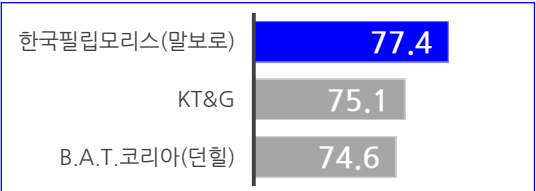
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 담배 및 홍삼가공식품

• 담배

매너, 개성을 중시하는 소비 트렌드에 따라 냄새가 덜 나거나 두께가 얇은 슬림 담배 등이 인기가 높아지고 있는 담배 산업에서는 한국필립모리스(말보로)가 77.4점으로 12년 연속 1위(역대 13회 1위)라는 위업을 달성했다. KT&G가 75.1점으로 그 뒤를 이었고 BAT코리아(던힐)(74.6)는 3위를 차지했다.

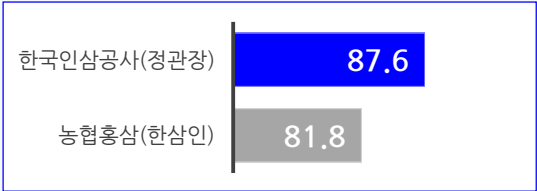
한국필립모리스(말보로)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도는 맛과 향, 제품 불량률, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도 등의 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 홍삼가공식품

최근 젊은 층을 중심으로 건강을 스스로 챙기는 '셀프 메디케이션(Self medication)' 트렌드가 확산되며 휴대성과 간편성을 강조한 다양한 제품이 인기를 끌고 있는 가운데, 홍삼가공식품 산업에서는 한국인삼공사(정관장)가 87.6점으로 농협홍삼(한삼인)(81.8)을 제치고 7년 연속 1위(역대 7회 1위)를 이어갔다.

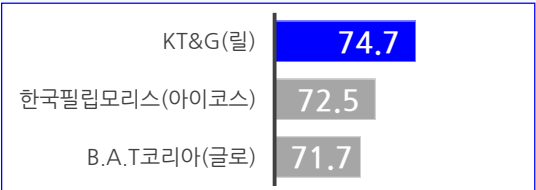
한국인삼공사(정관장)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 성분, 제품 디자인, 제품 다양성, 건강 도움, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



• 껌련형 전자담배

상대적으로 낮은 유해성과 동시에 충전, 청소, 휴대 등의 측면에서 사용의 편리함을 강화시킨 신제품이 인기를 끌고 있는 가운데, 껌련형 전자담배 산업에서는 KT&G(릴)가 74.7점으로 2년 연속 1위(역대 2회 1위)의 영광을 안았다. 한국필립모리스(아이코스)(72.5), BAT코리아(글로)(71.7)가 그 뒤를 이었다.

KT&G(릴)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도는 연무량, 필터, 청소 용이성, 기기 견고성, 휴대 편리성, A/S 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



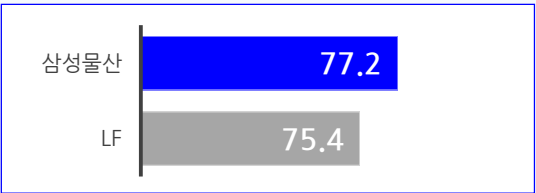
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 의복, 의복액세서리 및 모피제품

• 남성정장

구매력과 젊은 감각을 지닌 '영포티' 세대가 패션 시장의 중심으로 떠오르며 단조로운 정장 대신 젊은 감성의 제품들이 지속적으로 출시되고 있는 가운데, 남성정장 산업에서는 삼성물산이 77.2점으로 LF(75.4)를 제치고 15년 연속 1위(역대 19회 1위)의 자리를 고수했다.

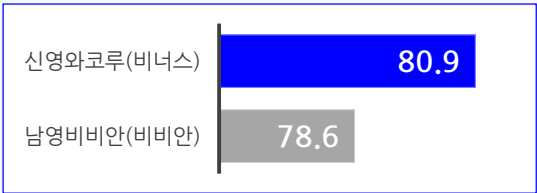
삼성물산은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품 내구성, 바느질 상태, 직원응대태도, 구입 용이성, 디자인, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 여성내의

자신의 몸을 있는 그대로 받아들이는 '바디 포지티브(body positive)' 운동 등의 영향으로 체형의 보정 기능보다는 자연스럽고 편안한 착용감을 강조한 제품들이 인기를 끌고 있는 가운데, 여성내의 산업에서는 신영와코루(비너스)가 80.9점으로 남영비비안(비비안)(78.6)을 제치고 20년 연속 1위(역대 20회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

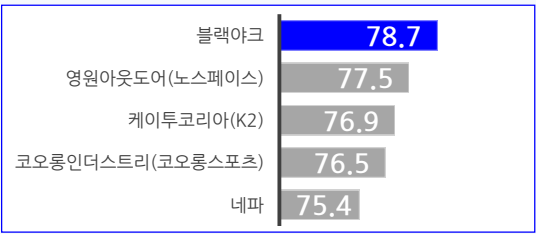
신영와코루(비너스)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 소재, 착용감, 제품 디자인 및 실루엣, 대리점 환경 및 직원응대태도, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



• 아웃도어의류

등산에 국한됐던 아웃도어 영역이 낚시, 스포츠, 여행 등으로 넓어지면서 레저 관련 제품이 지속적으로 출시되고 있는 가운데, 아웃도어의류 산업에서는 블랙야크가 78.7점으로 지난 해 1위 영원아웃도어(노스페이스)(77.5)를 제치고 올해 1위 자리를 탈환했다. K2는 76.9점으로 조사되었고 코오롱스포츠(76.5), 네파(75.4)가 그 뒤를 이었다.

블랙야크는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품 색상, 종류 다양성, 세탁 편리성, 수선 및 A/S, 품질 대비 가격의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



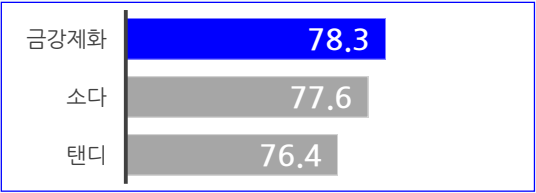
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 가죽, 가방 및 신발

• 정장구두

일반적인 형태 외관으로 격식을 갖춘 동시에 캐주얼화의 요소를 더한 ‘세미 드레스화’ 제품이 연령을 불문하고 인기를 끄는 가운데, 정장구두 산업의 만족도는 금강제화가 78.3점으로 18년 연속 1위(역대 23회 1위)의 자리를 차지했다. 소다(77.6), 탠디(76.4)가 그 뒤를 이었다.

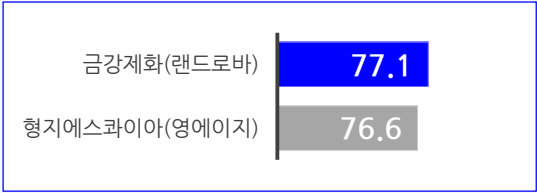
금강제화는 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 제품 소재, 교환 및 반품 용이성, 수선 서비스, 구입 편리성, 착용감, 품질 대비 가격 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 캐주얼화

미끄럼 방지, 경량, 항균 등 기능은 강화하고 디자인은 세련되게 보완하여 데일리 슈즈로 활용 가능한 신제품이 대거 출시되며 소비자들의 이목을 끌고 있는 캐주얼화 산업에서는 금강제화(랜드로바)가 77.1점으로 형지이스콰이아(영에이지)(76.6)를 제치고 17년 연속 1위(역대 17회 1위)를 달성했다.

금강제화(랜드로바)는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 내구성, 긴 수명, 교환 및 반품 용이성 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



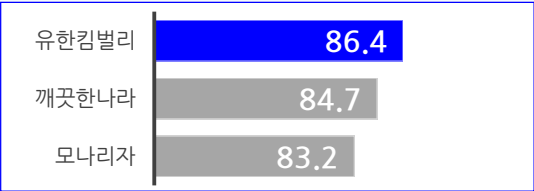
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 펄프, 종이 및 종이제품

• 화장지

환경을 중시하는 친환경 소비 열풍이 지속되면서 기능과 환경을 동시에 고려한 제품들이 출시되고 있는 가운데, 화장지 산업에서는 유한킴벌리가 86.4점으로 14년 연속 1위(역대 18회 1위)의 영예를 거머쥐었다. 그 다음으로 깨끗한나라(84.7), 모나리자(83.2)가 뒤를 이었다.

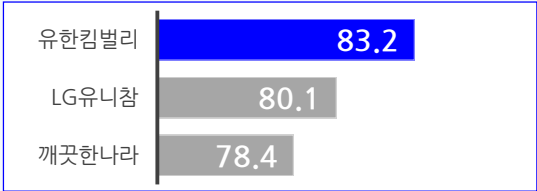
유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소 만족도는 깨끗함, 제품 재질, 포장 디자인, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도에서 경쟁사 대비 고객들로부터 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 생리대

생리대 안전성 논란 이후 착용감과 흡수력 대신 안전성을 최우선 가치로 여기는 소비자들이 늘어나며 순면·유기농 등 안전한 친환경 소재의 제품이 지속적으로 출시되고 있는 생리대 산업에서는 유한킴벌리가 83.2점으로 10년 연속 1위(역대 11회 1위)를 기록했다. 그 뒤를 이어 LG유니참 (80.1), 한국 P&G(78.4) 순으로 조사되었다.

유한킴벌리는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도는 부드러운 커버와 착용감, 적당한 두께, 제품 디자인, 구입 용이성, 제조회사 신뢰도 등의 항목에서 소비자들로부터 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



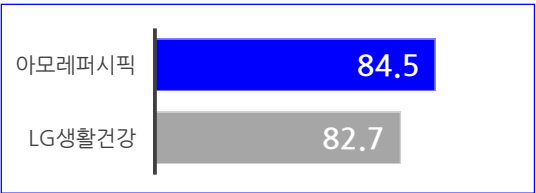
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 화학물질 및 화학제품(화장품 및 기타 세제), 유리 및 유리제품

• 여성용기초화장품

화장 단계를 줄일 수 있는 올인원이나 멀티 기능, 핵심성분만을 사용해 자극을 줄인 성분 최소화 제품 등 '미니멀리즘' 경향이 두드러진 여성용기초화장품 산업에서는 아모레퍼시픽이 84.5점으로 LG생활건강(82.7점)을 제치고 5년 연속 1위(역대 16회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

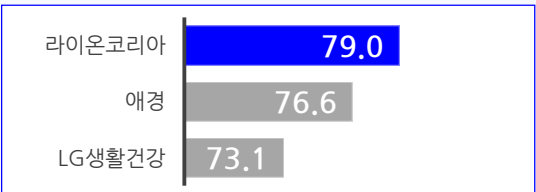
아모레퍼시픽은 전반적 만족도와 재구입의 향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 탄력성, 향, 안전성, 디자인 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• 세탁세제

환경오염 및 건강을 우선하는 '노케미족(No-chemi族)'과 체크슈머가 확산되면서 자연 유래 성분으로 만들어진 친환경 세제가 각광받고 있는 가운데, 세탁세제 산업의 만족도는 라이온코리아가 79.0점으로 23년 연속 1위(역대 24회 1위)라는 위업을 달성했다. 소비재에서는 최장수 1위다. 애경(76.6), LG생활건강(73.1)은 그 뒤를 이었다.

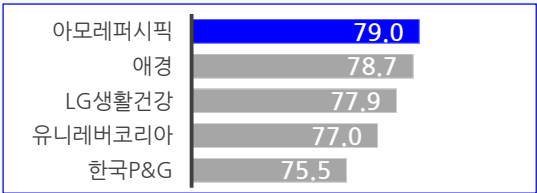
라이온코리아는 전반적 만족도와 재구입의 향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 세척력, 찬물 세척, 구입 용이성, 품질 대비 가격의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 샴푸

샴푸를 뷰티 제품으로 인식하는 2030을 중심으로 미세먼지 클렌징 및 탈모 케어를 돕는 제품에 대한 관심이 높아지고 있는 가운데, 샴푸 산업의 만족도는 아모레퍼시픽이 79.0점으로 2년 연속 1위의 영예를 안았다. 애경은 78.7점으로 그 뒤를 이었고 LG생활건강(77.9), 유니레버코리아(77.0), 한국P&G(75.5) 순으로 조사되었다.

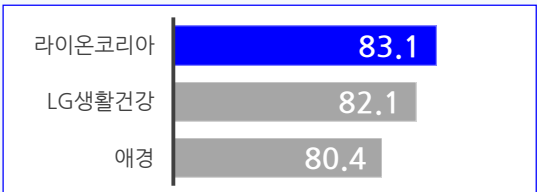
아모레퍼시픽은 요소만족도에서 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 효율성, 샴푸 후 머릿결 부드러움, 부가적 기능, 구입 용이성의 세부 요소에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 주방세제

윤리적, 자연친화적 소비를 지향하는 트렌드에 따라 친환경 제품이 꾸준히 출시되고 있는 주방세제 산업에서는 라이온코리아가 83.1점으로 당당히 14년 연속 1위(역대 20회 1위)의 자리를 차지했다. 그 뒤를 이어 LG생활건강(82.1), 애경(80.4) 순으로 나타났다.

라이온코리아는 전반적 만족도와 재구입의 향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 보였으며, 요소만족도에서는 거품 양, 안전성, 세정력 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



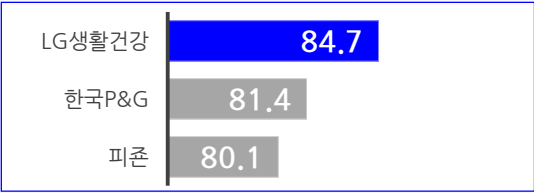
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 화학물질 및 화학제품(치약 및 기타 세제)

• **섬유유연제**

최근 온라인 쇼핑 확대와 1인 가구 증가 등 소비 트렌드 변화와 가치소비를 즐기는 밀레니얼 세대의 눈높이에 맞춰 고급스러운 패키지의 소용량 제품 등이 호응을 얻고 있는 가운데, 섬유유연제 산업에서는 LG생활건강이 84.7점으로 4년 연속 1위(역대 7회 1위)자리를 지켰다. 한국P&G는 81.4점으로 나타났고 피죤(80.1)은 3위에 머물렀다.

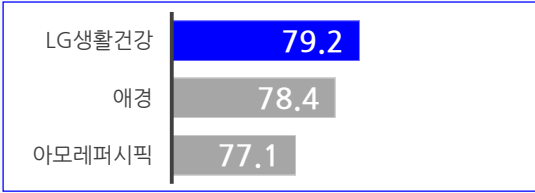
LG생활건강은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 고객으로부터 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 촉감, 저자극, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• **치약**

1인 가구가 증가하고 스스로의 만족감을 중요시하는 '나심비' 트렌드가 자리잡으면서 고가의 프리미엄 제품이 주목받고 있는 치약 산업에서는 LG생활건강이 79.2점으로 애경을 제치고 2년 연속 1위(역대 9회 1위)를 차지하는 영예를 안았다. 애경은 78.4점으로 조사되었고 다음으로 아모레퍼시픽이 77.1점으로 나타났다.

LG생활건강은 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 맛과 향, 잇몸질환 및 충치 예방, 제품 디자인, 품질 대비 가격 등 대부분의 항목에서 경쟁사 대비 고객에게 높은 평가 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



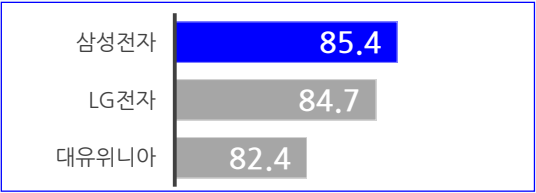
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 전기장비(주방용 전기기기)

● 김치냉장고

김치 보관에만 집중했던 이전 제품과 달리 육류·과일 특화 모드 등 기능 다양화에 집중하며 사계절 가전으로 변모하고 있는 김치냉장고 산업에서는 삼성전자가 85.4점으로 9년 연속 1위(역대 9회 1위)의 자리를 고수했다. 그 뒤를 이어 LG전자(84.7), 대유위니아(82.4) 순으로 조사되었다.

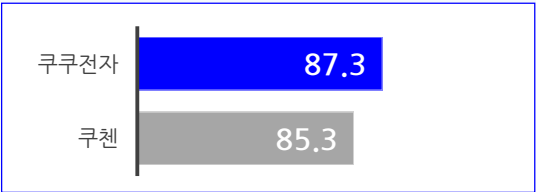
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 신선도, A/S, 대리점 및 설치기사 응대태도, 공간 활용성, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 나타났다.



● 전기밥솥

1인 가구 증가, 생활문화와 식습관 변화에 따라 당질저감, 냉동밥 특화 제품 등 기능성 제품들이 지속적으로 출시되는 가운데, 전기밥솥 산업에서는 쿠쿠전자가 87.3점으로 쿠첸(85.3)을 제치고 19년 연속 부동의 1위(역대 19회 1위) 자리를 차지했다.

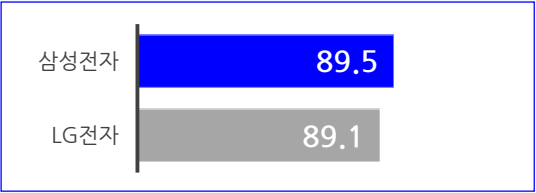
쿠쿠전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 밥 맛, 보관 우수성, A/S, 조작 편리성 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



● 냉장고

1인 가구 증가와 나만의 개성을 중시하는 최근 소비 트렌드에 따라 소비자들의 라이프스타일을 적극 반영한 맞춤형 냉장고가 출시되며 이목을 끌고 있는 가운데, 냉장고 산업의 만족도는 삼성전자가 89.5점으로 LG전자(89.1)를 제치고 10년 연속 1위(역대 15회 1위) 자리를 지켜냈다.

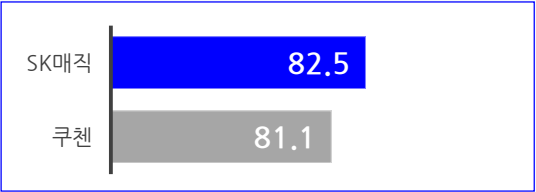
삼성전자는 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 음식물 보관상태, 내부 내구성, A/S, 대리점 및 설치기사 응대태도, 제품 디자인, 제조회사 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



● 전기레인지

최근 건강과 안전에 대한 관심과 주방 인테리어를 중시하는 트렌드에 발맞춰 다양한 신제품이 출시되고 있는 가운데, 전기레인지 산업에서는 SK매직이 82.5점으로 쿠첸(81.1)을 제치고 2년 연속 1위(역대 2회 1위)의 영예를 안았다.

SK매직은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 출력(화력), 조작 편리성, 잔 고장, 배달 및 설치서비스, 안전성, 부가기능, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



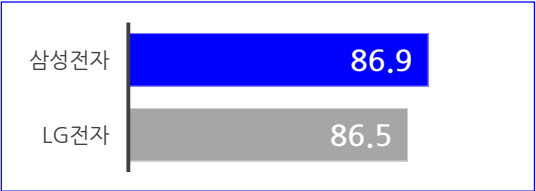
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 전기장비(가정용 전기기기 및 비전기식 기구)

• 세탁기

AI와 IoT 플랫폼을 기반으로 집 안의 다양한 스마트 기기들과 연동되어 개인의 라이프스타일에 최적화된 가전으로 진화하고 있는 세탁기 산업에서는 삼성전자가 86.9점으로 10년 연속 1위(역대 17회 1위)를 달성했다. LG전자는 86.5점으로 2위에 머물렀다.

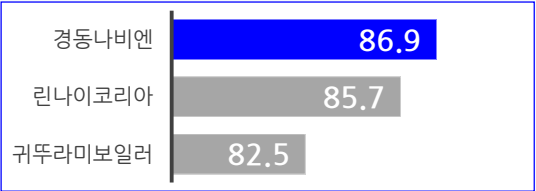
삼성전자는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 세탁력, 행균, 저소음, A/S, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 기록하였다.



• 가정용보일러

정부의 친환경 정책과 높아진 소비자 요구 수준에 발맞춰 미세먼지 감축에 효과가 큰 친환경 제품과 IoT 기능을 탑재한 첨단 제품들이 출시되는 가운데, 가정용 보일러 산업에서는 경동나비엔이 86.9점으로 6년 연속 1위(역대 7회 1위)의 자리를 지켰다. 린나이코리아(85.7), 귀뚜라미보일러(82.5)가 그 뒤를 이었다.

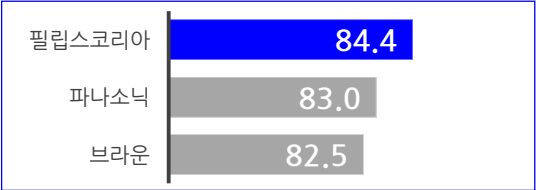
경동나비엔은 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 난방효과, 연료 효율, A/S, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 전기면도기

외모 관리에 투자를 아끼지 않는 남성 소비자가 증가하면서 깔끔한 면도는 물론 피부보호 기능까지 갖춘 프리미엄 제품이 인기를 끄는 가운데, 전기면도기 산업에서는 필립스코리아가 84.4점으로 지난 해에 이어 1위(역대 2회 1위)에 선정되는 영예를 안았다. 파나소닉은 83.0점으로 2위로 조사되었고, 브라운은 82.5점으로 나타났다.

필립스코리아는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 간 고장, A/S, 직원 응대태도, 배터리 내구성, 품질 대비 가격 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우위를 기록하였다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



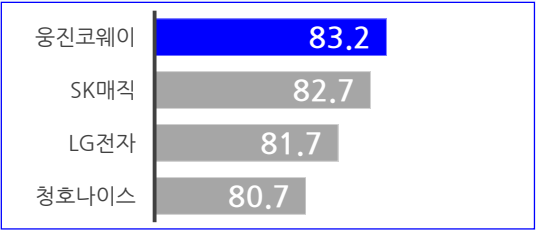
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 기타 기계 및 장비

• 가정용정수기

1인 가구 증가에 발맞춰 방문판매 및 관리직원과 시간 조율이 어려운 고객들을 공략한 자가필터교체 정수기가 소비자들의 인기를 끌고 있는 가운데, 가정용 정수기 산업에서는 웅진코웨이가 83.2점으로 SK매직(82.7)을 제치고 3년 연속 1위(역대 16회 1위)를 차지했다.

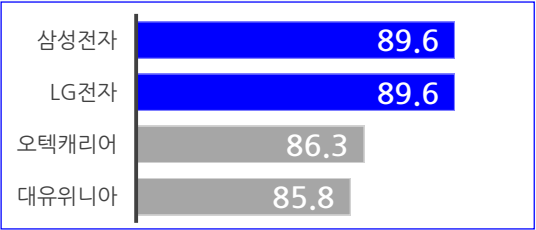
웅진코웨이는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 물의 맛, 잔 고장, 유지비, 직원응대 태도, A/S, 유지관리 용이성의 세부 항목에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 가정용에어컨

냉방 본연의 기능에서 공기청정, 제습, 간절기 난방 기능 등이 추가되며 사계절 모두 사용할 수 있는 가전제품으로 탈바꿈하고 있는 가정용에어컨 산업에서는 삼성전자(역대 8회 1위)와 LG전자(역대 13회 1위)가 89.6점으로 공동 1위로 조사되었다.

삼성전자는 7년 연속 1위로 나타났으며 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다. 세부 항목에서는 견고성, 저소음, A/S, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등에서 높은 평가를 받았다. LG전자는 재구매의향에서 가장 높은 만족도를 보였으며, 잔 고장, 냉방성능, 전력 효율성, 사용 편리성 등에서 고객들로부터 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



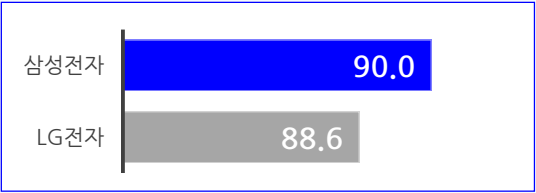
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 영상, 음향 및 통신, 정밀, 광학기기

• TV

초고화질 콘텐츠를 대형 화면을 통해 즐기려는 소비자가 늘어나며 초고화질·대형화 추세 가 지속되고 있는 TV 산업에서는 삼성전자가 90.0점으로 LG전자(88.6)를 제치고 22년 연속 부동의 1위(역대 22회 1위) 자리를 유지했다.

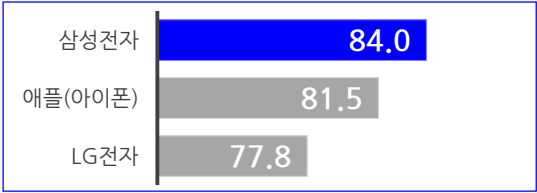
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 우위를 보였으며, 요소만족도에서는 화질과 음질, A/S, 직원응대태도, 리모컨 조작 편리성, 제품 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 휴대폰(스마트폰)

배터리 효율을 한층 강화하고 감각적인 사진과 영상을 쉽게 만들 수 있는 기능을 탑재해 사용자의 편의성을 극대화한 제품이 출시되는 가운데, 휴대폰(스마트폰) 산업의 만족도는 삼성전자가 84.0점으로 22년 연속 1위(역대 23회 1위)를 차지하는 기염을 토했다. 애플(아이폰)이 81.5점으로 2위를 차지했고 LG전자는 77.8점으로 3위에 머물렀다.

삼성전자는 재구매의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화품질, 화면 선명도, 처리속도, 음질, 화면구성, 배터리 내구성, 제품 디자인, 잔 고장, A/S, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



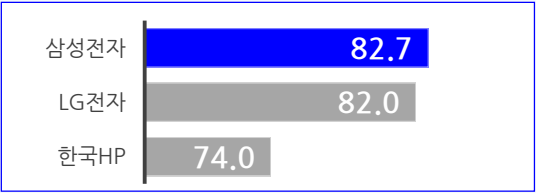
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 컴퓨터 및 사무기기

• PC

최근 전력 효율을 개선하는 것은 물론, 프로세서 성능을 과거보다 높여 충분한 성능까지 확보한 초경량 제품들이 꾸준히 인기를 끌고 있는 가운데, PC 산업에서는 삼성전자가 82.7점으로 18년 연속 1위(역대 22회 1위) 자리의 영예를 안았다. 그 뒤를 이어 LG전자(82.0), 한국HP(74.0) 순으로 조사되었다.

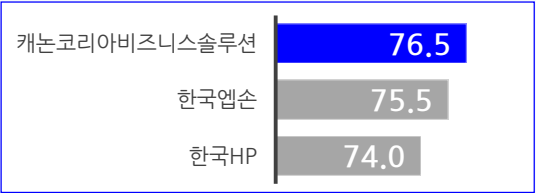
삼성전자는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 낮은 소음과 발열, 처리속도, A/S, 직원응대태도, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



• 가정용복합기(프린터)

불필요한 부가 기능을 탑재한 제품보다 내구성이 뛰어나고 핵심 기능을 갖춘 가성비 있는 제품을 선호하는 소비 트렌드가 자리잡고 있는 가정용복합기(프린터) 산업에서는 캐논코리아 비즈니스 솔루션이 76.5점으로 작년에 이어 올해 3년 연속 1위(역대 3회 1위) 자리를 차지했다. 그 뒤를 이어 한국엡손(75.5), 한국HP(74.0) 순으로 조사되었다.

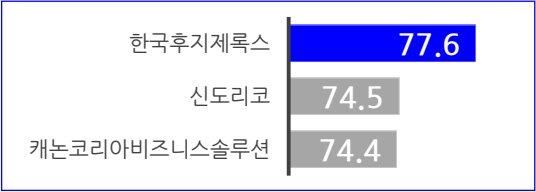
캐논코리아 비즈니스 솔루션은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 출력속도, 선명도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 사무용복합기(복사기)

클라우드를 기반으로 출력 장비를 일원화 관리할 수 있는 제품을 출시하며 고객의 업무 환경 혁신을 위해 노력하고 있는 사무용복합기(복사기) 산업에서는 한국후지제록스가 77.6점으로 19년 연속 부동의 1위(역대 19회 1위)의 영예를 거머쥐었다. 신도리코가 74.5점으로 2위에 올랐고 캐논코리아 비즈니스 솔루션은 74.4점으로 3위에 머물렀다.

한국후지제록스는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 출력 속도, 간 고장, A/S, 직원응대태도, 기능조작 편리성, 소모품 교체용이성, 부가기능 다양성, 유지관리비 적절성, 제조회사 신뢰도 등 다수 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



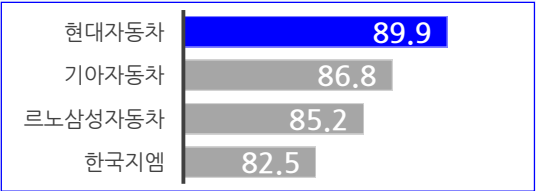
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 자동차

• 일반승용차

운전석 스마트 자세 제어, 원격 스마트 주차 보조 기능 등 다양한 첨단신기술을 대거 탑재하며 운전자 경험을 고도화하고 있는 일반승용차 산업에서는 현대자동차가 89.9점으로 26년 연속 부동의 1위(역대 26회 1위)라는 위업을 달성했다. 제조업을 통틀어 최다 1위 기록이다. 그 뒤를 이어 기아자동차(86.8), 르노삼성자동차(85.2), 한국지엠(82.5) 순으로 나타났다.

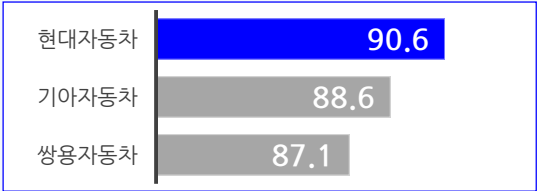
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 낮은 소음, 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 연비, 잔 고장, 디자인, 정비, 제조회사 신뢰도 등 다수 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



• RV승용차

세단 못지 않은 주행성능과 첨단 편의기능을 통해 상품성을 강화한 제품을 출시하며 소비자들에게 각광을 받고 있는 RV승용차 산업에서는 현대자동차가 90.6점으로 16년 연속 1위(역대 16회 1위)의 자리를 당당하게 차지했다. 기아자동차는 88.6점으로 2위를 차지했고 쌍용자동차(87.1)는 3위에 머물렀다.

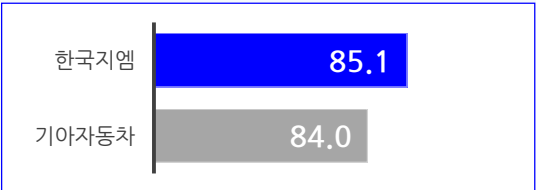
현대자동차는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 낮은 소음과 승차감, 주행 안정성, 차량 마무리, 공간 활용성, 구입조건, 디자인, 수리비용 적절성, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 높은 만족도를 보였다.



• 경형승용차

소비자들에게 다양한 혜택을 제공하며 소형 SUV와 큰 차를 선호하는 트렌드에 대응하고 있는 경형승용차 산업에서는 한국지엠이 85.1점으로 기아자동차(84.0)를 제치고 전년에 이어 5년 연속 1위(역대 5회 1위)기업의 자리를 지켜냈다.

한국지엠은 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 승차감(안락감), 주행 안정성, 엔진 및 미션 성능, 직원응대태도, 정비품질 대비 수리비용 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



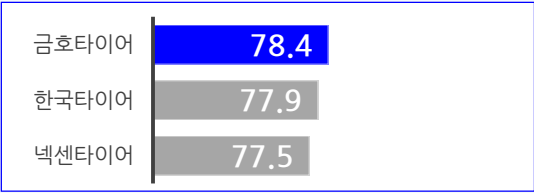
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 자동차 타이어 및 내장품

• 승용차타이어

최근 전기자동차의 보급 확대, 주행성능과 승차감, 안정성에 대한 소비자 요구 수준 상승 등과 같은 트렌드에 따라 기술력을 바탕으로 한 최첨단 타이어를 지속적으로 선보이고 있는 승용차타이어 산업에서는 금호타이어가 78.4점으로 15년 연속 1위(역대 16회 1위)를 수성했다. 한국타이어는 77.9점으로 2위를 차지했고 넥센타이어는 77.5점으로 3위에 머물렀다.

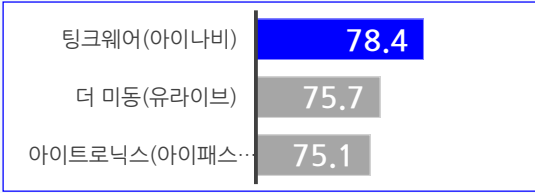
금호타이어는 재구입의향에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 승차감, 낮은 소음, 제동성능, 품질 대비 가격 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 블랙박스

첨단운전자보조시스템(ADAS), 스마트폰과 연동된 원격모니터링 시스템까지 추가하며 단순한 사고 판별 기능에서 점차 기능 다양화를 시도하고 있는 블랙박스 산업에서는 킵웨어(아이나비)가 78.4점으로 4년 연속 1위(역대 4회 1위)의 영광을 차지했다. 그 뒤를 이어 더미동(유라이브)이 75.7점으로 2위에 올랐고 아이트로닉스(아이패스블랙)은 75.1점으로 나타났다.

킵웨어(아이나비)는 전반적 만족도와 재구입의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 조작 편리성, 제품 디자인, A/S, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과



산업별
조사결과
요약



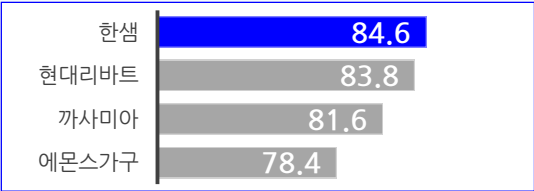
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 가구, 기타 제품

● **가정용가구**

1·2인 가구 증가에 따라 최소한의 필요한 기능과 심플한 디자인으로 공간 효율성을 높인 실속형 소형 제품들이 소비자들의 인기를 끌고 있는 가운데, 가정용가구 산업에서는 한샘이 84.6점으로 4년 연속 1위(역대 4회 1위)의 자리를 지켰다. 현대리바트가 83.8점으로 2위에 올랐고, 까사미아(81.6)와 에몬스가구(78.4)가 그 뒤를 이었다.

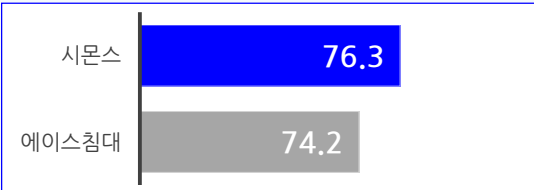
한샘은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 재질, 직원응대태도, 매장 시설환경, 배달/설치 서비스, A/S, 제조회사의 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● **침대**

최근 집에서 온전히 여가를 즐기는 '홈족'이 새로운 트렌드로 떠오르며 편안한 수면 환경에 최적화된 제품이 소비자들의 관심을 얻고 있는 가운데, 침대 산업에서는 시몬스가 76.3점으로 11년 연속 1위(역대 12회 1위)를 이어갔다. 에이스침대는 74.2점으로 2위에 머물렀다.

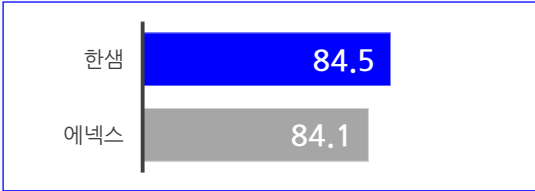
시몬스는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 건강 기능성, 편안함, 프레임 견고성, 디자인, 품질 대비 가격, 제조회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



● **부엌가구**

심리적 만족을 위해 고가 제품에 기꺼이 지갑을 여는 '나심비' 트렌드에 발맞춰 프리미엄 제품이 앞다퉈 출시되고 있는 가운데, 부엌가구 산업에서는 한샘이 84.5점으로 에넥스(84.1점)를 제치고 3년 연속 1위(역대 11회 1위) 자리의 영예를 안았다.

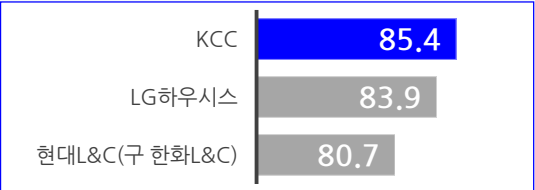
한샘은 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 견고성, 제품 다양성, 디자인 및 색상, 품질 대비 가격의 세부 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



● **가정용건축자재**

소비 트렌드에 친환경 바람이 불며 고객의 건강을 고려한 친환경 관련 제품을 앞다퉈 개발하거나 출시하고 있는 가정용 건축자재 산업에서는 KCC가 85.4점으로 LG하우시스(83.9)를 제치고 2년 연속 1위의 영광을 차지했다. 한편 현대L&C(구 한화L&C)는 80.7점으로 3위를 기록했다.

KCC는 전반적 만족도와 재구매의향 모두 경쟁사를 제치고 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 디자인 및 색상, 직원응대태도, 제조회사 신뢰도의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



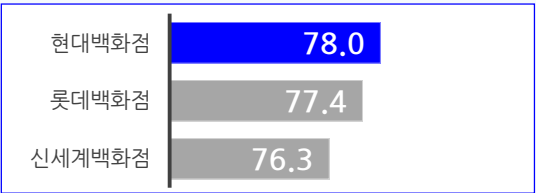
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 소매업(대형 종합 소매업)

● 백화점

변화하는 고객 취향과 라이프스타일에 맞춰 체험 및 휴식이 가능한 매장을 선보이며 소비자들에게 주목받고 있는 백화점 산업에서는 현대백화점이 78.0점으로 작년 공동 1위 롯데백화점(77.4)을 제치고 단독 1위에 선정되는 영예를 안았다. 신세계백화점은 76.3점으로 나타났다.

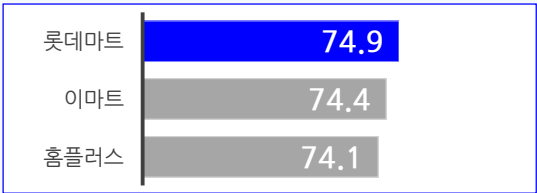
현대백화점은 재이용의향에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품구색, 직원응대태도, 매장시설/환경, 고객편의시설, 기업 신뢰도에서 좋은 평가를 받았다.



● 대형마트

'스마트 컨슈머'의 등장, 온·오프라인을 막론한 가격 경쟁의 심화에 따라 '초저가', 'PB라인업' 효율화 등 가격 및 상품 경쟁력을 강화하며 시장 변화에 대응하고 있는 대형마트 산업에서는 롯데마트가 74.9점으로 3년 연속 1위(역대 7회 1위) 자리를 고수했다. 그 뒤를 이어 이마트(74.4), 홈플러스(74.1) 순으로 조사되었다.

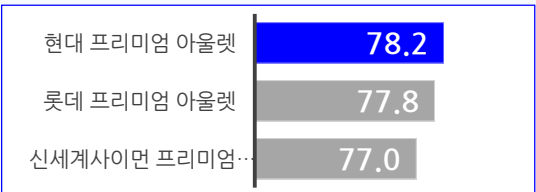
롯데마트는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 상품 종류의 다양성, 직원 응대태도, 매장시설/환경, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



● 프리미엄 아울렛

'가성비' 트렌드와 쇼핑시설에서 여가를 보내는 사람들이 늘어나며 도심형, 복합 쇼핑몰형 아울렛이 소비자들에게 인기를 얻고 있는 가운데, 프리미엄 아울렛 산업에서는 현대 프리미엄 아울렛이 78.2점으로 작년 1위 롯데 프리미엄 아울렛(77.8)을 제치고 올해 두번째 조사에서 1위에 오르는 기염을 토했다. 신세계사이먼 프리미엄 아울렛은 77.0점으로 3위에 머물렀다.

현대 프리미엄 아울렛은 전반적 만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 직원 응대태도, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



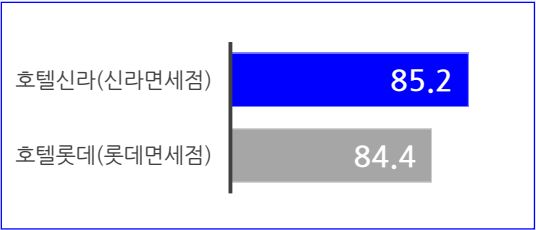
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 소매업(대형 종합 소매업)

• 면세점

단순히 저렴한 가격에 물건을 구입하는 곳을 넘어 신상품을 가장 먼저 만날 수 있는 신상품 각축장으로 변모하고 있는 가운데, 면세점 산업에서는 호텔신라(신라면세점)가 85.2점으로 7년 연속 1위(역대 7회 1위)자리를 고수했다. 호텔롯데(롯데면세점)는 84.4점으로 그 뒤를 이었다.

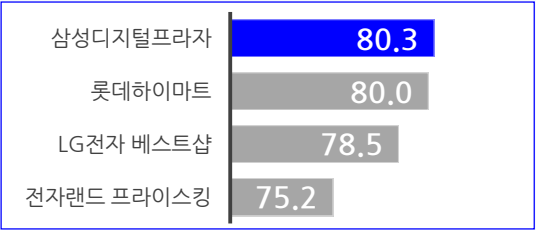
호텔신라(신라면세점)는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 직원 응대태도, 고객 편의시설, 결제 안내, 상품 수령 및 교환/반품 용이성, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족을 보였다.



• 전자제품전문점

제품 체험, 상품 상세 상담 등 오프라인의 강점에 특화된 매장을 조성하는 데 주력하고 있는 전자제품전문점 산업에서는 삼성디지털프라자가 80.3점으로 9년 연속 1위(역대 9회 1위)를 이어갔다. 다음으로 롯데하이마트(80.0)가 2위를 차지했고 LG전자 베스트샵(78.5), 전자랜드 프라이스킹(75.2)이 뒤를 이었다.

삼성디지털프라자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품의 질, 직원 응대태도, 고객 편의시설, 주차 편리성, 경쟁사 대비 가격 등의 항목에서 고객들로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



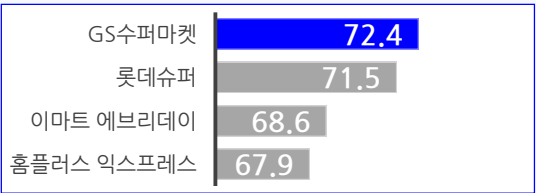
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 소매업(음식료품위주 종합 소매업)

● 대형슈퍼마켓

H&B 스토어를 매장에 결합시키는 등 다양한 콘셉트로 매장을 리뉴얼하여 소비자에게 인기를 얻고 있는 대형슈퍼마켓 산업에서는 GS리테일(GS슈퍼마켓)이 72.4점으로 4년 연속 1위(역대 8회 1위)를 차지했다. 롯데슈퍼(71.5), 이마트 에브리데이(68.6), 홈플러스 익스프레스(67.9)가 뒤를 이었다.

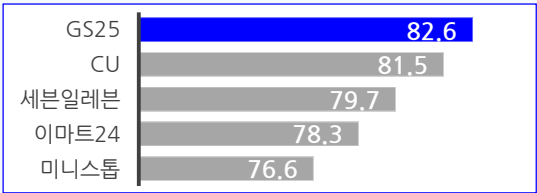
GS슈퍼마켓은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다. 요소만족도는 상품 다양성, 직원 응대태도, 매장시설/환경, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도의 세부 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



● 편의점

1·2인 가구 맞춤형 제품, 외식 트렌드를 반영한 간편식, 택배·배달 서비스 도입, 쇼핑 재미를 추구하는 10~20대를 겨냥한 먹거리 개발 등 소비 트렌드 변화에 민감하게 대응하며 소비자들에게 각광받고 있는 편의점 산업에서는 GS리테일(GS25)이 82.6점으로 17년 연속 1위(역대 20회 1위)의 영예를 안았다. CU(81.5)는 2위에 올랐고 세븐일레븐(79.7), 이마트24(78.3), 미니스톱(76.6) 순으로 조사되었다.

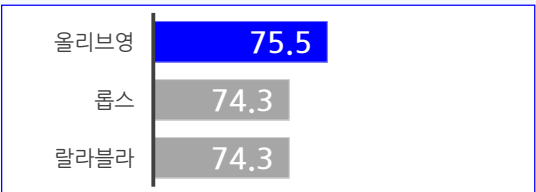
GS25는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도, 진열상태, 시설/환경, 방문 편리성, 할인 및 적립혜택 등의 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 만족도를 보였다.



● 헬스&뷰티스토어

변화하는 소비 트렌드에 맞춰 배달 서비스, 상권별 맞춤 매장, 1인 가구를 겨냥한 상품 등을 선보이며 소비자들의 주목을 받고 있는 헬스&뷰티스토어 산업에서는 올리브영이 75.5점으로 작년에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)의 영예를 안았다. 알라블라와 립스는 74.3점으로 공동 2위로 나타났다.

올리브영은 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다. 요소만족도는 상품 다양성, 직원응대태도, 쇼핑 편리성, 상품 교환 및 반품 용이성, 매장시설/환경, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 조사결과

산업별 조사결과 요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 소매업(통신 판매업)

• 인터넷쇼핑몰

가성비는 물론 프리미엄까지 아우르는 폭넓은 상품군을 내세우며 소비자들의 인기를 끌고 있는 인터넷쇼핑몰 산업에서는 SSG닷컴이 74.1점으로 GS홈쇼핑(GS SHOP)(73.6)을 제치고 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 차지했다. 현대홈쇼핑(Hmall)은 73.3점으로 3위를 차지했고 CJ오쇼핑(CJmall)(73.0), 롯데닷컴(72.6)이 그 뒤를 이었다.

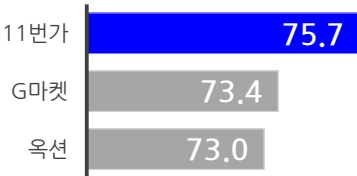
SSG닷컴은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 어플리케이션 및 홈페이지 화면구성 세부 항목에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우위로 평가를 받았다.



• 오픈마켓

고객들이 쇼핑을 할 때 꼭 필요로 하는 핵심 정보들을 담은 콘텐츠를 제공하며 '커머스포털'의 형태로 진화하고 있는 오픈마켓 산업에서는 11번가가 75.7점으로 11년 연속 1위(역대 11회 1위)의 자리를 지켰다. G마켓(73.4), 옥션(73.0)이 그 뒤를 이었다.

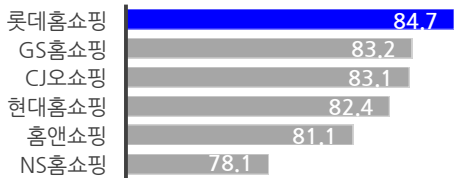
11번가는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 상품 다양성, 상품 정보제공, 주문 편리성, 반품/교환용이성, 이벤트, 보안, 검색편리성, 어플/홈페이지 화면구성, 할인/적립혜택, 기업 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• TV홈쇼핑

'나를 위한 가치소비'를 중시하는 밀레니얼 세대, 취미생활에 돈을 아끼지 않는 '뉴노멀 중년' 고객들이 주소비층으로 급부상하며 이에 발맞춰 프리미엄 상품군을 잇따라 확대하고 있는 TV홈쇼핑 산업에서는 롯데홈쇼핑이 84.7점으로 올해 3년 연속 1위(역대 3회 1위)의 영예를 안았다. GS홈쇼핑(83.2), CJ오쇼핑(83.1), 현대홈쇼핑(82.4) 등이 그 뒤를 이었다.

롯데홈쇼핑은 요소만족도에서 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 그 중 상품 품질, 상품 소개 정확성, 배송 신속성, 배송상품 정확성, 반품/교환 용이성, 이벤트, 할인/적립혜택, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



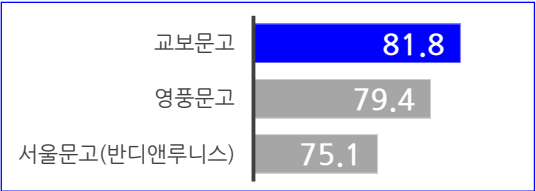
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 소매업(서적류, 기타 소매업)

● 대형서점

단순한 책 판매 역할에서 벗어나 여행, 카페, 쇼핑 등 다양한 콘셉트의 공간으로 탈바꿈하고 있는 대형서점 산업에서는 교보문고가 81.8점으로 23년 연속 부동의 1위(역대 23회 1위)의 영광을 차지했다. 영풍문고는 79.4점으로 2위를 차지했고 서울문고(반디앤루니스)는 75.1점으로 3위에 머물렀다.

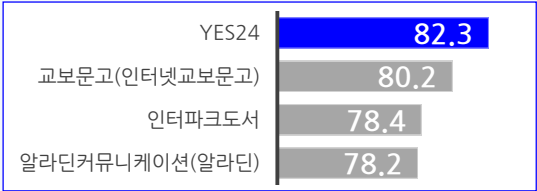
교보문고는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 교환 및 반품 용이성, 매장 시설/환경, 고객 편의시설, 매장 내부안내, 할인/적립혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 요소에서 고객으로부터 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 인터넷서점

가격과 편리성에 대한 강점을 기반으로 간편 결제 시스템 등 진화된 기술을 도입해 소비자들의 주목을 받고 있는 인터넷서점 산업에서는 YES24가 82.3점으로 11년 연속 1위(역대 11회 1위)를 기록했다. 그 뒤를 이어 교보문고(80.2), 인터파크도서(78.4), 알라딘(78.2) 등으로 조사되었다.

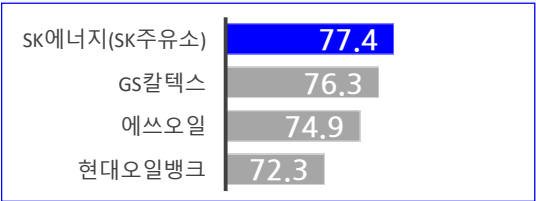
YES24는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 배송 신속성, 배송서적 상태, 고객 문의/요구 응대, 서적 검색 편리성, 이벤트/할인행사, 할인 및 적립 혜택 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



● 주유소

전기차, 수소차 등 미래 자동차가 주목받으며 단순한 주유 공간을 넘어 미래 모빌리티 사업의 거점으로 변화를 꾀하고 있는 주유소 산업에서는 SK에너지(SK주유소)가 77.4점으로 9년 연속 1위(역대 20회 1위) 자리를 수성했다. GS칼텍스가 76.3점으로 2위를 차지했고 그 뒤를 이어 에쓰오일(74.9), 현대오일뱅크(72.3) 순으로 조사되었다.

SK에너지(SK주유소)는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 유류 품질, 주유원 친절성, 내·외부 시설/환경고객 편의시설, 기업 신뢰도 부분에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



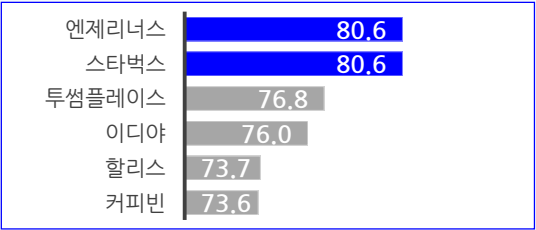
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

• 커피전문점

고객이 다양화, 세분화됨에 따라 스페셜티 커피 확대, 신규 서비스 개발 등을 통해 시장 변화에 적극적으로 대응하고 있는 커피전문점 산업에서는 엔제리너스(10년 연속, 역대 10회 1위)와 스타벅스가 80.6점으로 1위에 선정되는 영예를 안았다. 투썸플레이스는 76.8점으로 그 뒤를 이었다.

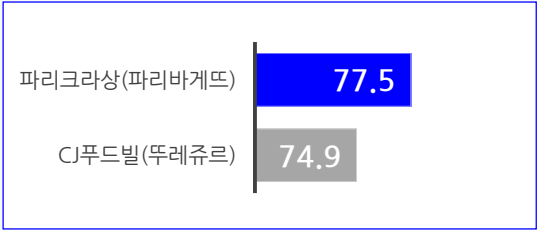
엔제리너스는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 세부 항목에서는 커피 맛과 향, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도에서 높은 점수를 받았다. 스타벅스는 재이용 의향에서 가장 높은 만족도를 보였으며, 메뉴 다양성, 메뉴 안내, 매장 환경 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



• 제과/제빵점

맛과 건강을 동시에 추구하는 고객의 입맛을 사로잡기 위해 다양한 풍미를 느낄 수 있는 프리미엄 제품 등이 출시되고 있는 가운데, 제과/제빵점 산업에서는 파리크라상(파리바게뜨)가 77.5점으로 CJ푸드빌(뚜레쥬르)(74.9)을 제치고 9년 연속 1위(역대 11회 1위)기업으로 조사되었다.

파리크라상(파리바게뜨)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛과 신선함, 제품 다양성, 제품진열 상태, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등 다수의 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



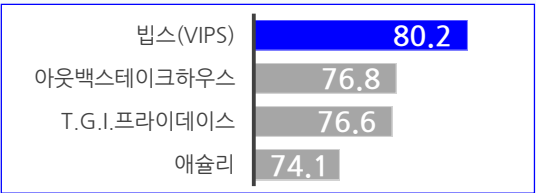
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

● 패밀리레스토랑

최근 가성비와 고급화를 동시에 추구하는 소비 트렌드에 발맞춰 맞춤형 특화 매장을 통해 시장 변화에 대응하고 있는 패밀리레스토랑 산업에서는 빙스가 80.2점으로 전년에 이어 올해 5년 연속 1위(역대 9회 1위)자리를 지켜냈다. 아웃백스테이크하우스(76.8), TGI프라이데이(76.6), 애슐리(74.1)가 그 뒤를 이었다.

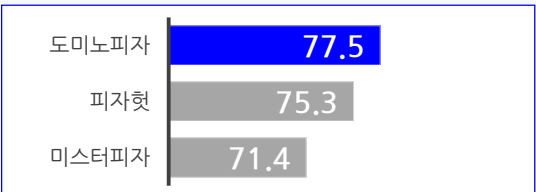
빙스는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛, 메뉴 다양성, 직원응대태도, 매장 시설 및 환경 등 다수 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 피자전문점

다양한 혜택을 적극적으로 제공하여 가성비를 추구하는 소비자들을 겨냥하는 한편, 꾸준히 신제품을 출시하며 경쟁이 활발해지고 있는 피자전문점 산업에서는 도미노피자가 77.5점으로 작년에 이어 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 유지했다. 피자헛(75.3), 미스터피자(71.4)가 그 뒤를 이었다.

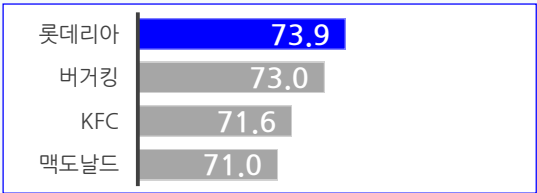
도미노피자는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났으며, 요소만족도는 신선도, 메뉴 다양성, 직원응대태도, 배달 주문 용이성, 품질 대비 가격, 기업 신뢰도 등의 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족 수준을 보인 것으로 조사되었다.



● 패스트푸드점

가성비와 건강을 동시에 추구하는 소비자 트렌드에 발맞춰 합리적인 가격에 건강까지 고려한 프리미엄 상품을 꾸준히 출시하고 있는 패스트푸드점 산업에서는 롯데리아가 73.9점으로 7년 연속 1위(역대 7회 1위)를 기록했다. 버거킹은 73.0점으로 2위를 차지했고, 그 뒤를 이어 KFC(71.6), 맥도날드(71.0) 순으로 조사되었다.

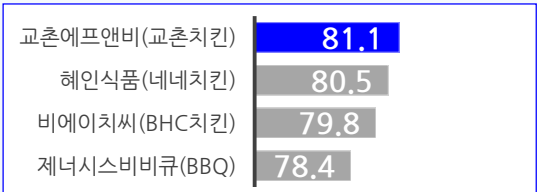
롯데리아는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 맛, 메뉴 다양성, 매장 시설, 할인 및 적립 혜택, 기업 신뢰도 부분에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



● 치킨프랜차이즈

변화하는 고객 입맛과 요구를 반영한 다양한 메뉴의 제품이 적극적으로 출시되는 가운데, 치킨프랜차이즈 산업에서는 교촌에프앤비(교촌치킨)가 81.1점으로 1위를 차지했다. 네네치킨(80.5), BHC치킨(79.8), BBQ치킨(78.4) 등이 그 뒤를 이었다.

교촌치킨은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 메뉴 다양성, 직원응대태도, 배달 신속성의 세부요소에서 경쟁사 대비 우위를 보인 것으로 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

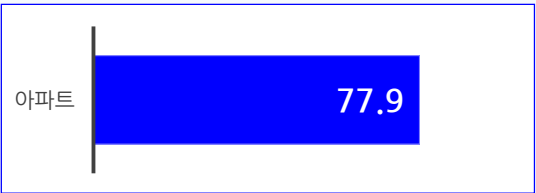
■ 숙박 및 음식점업(숙박업), 건설업

• 아파트

IoT와 AI 기술을 접목한 주거시스템을 적용하거나 넓은 주방공간을 창출하는 등 주택공간 혁신을 추진하고 있는 아파트 산업의 만족도는 77.9점으로 조사되었다.

아파트는 세부항목 중 주차 시설과 내부 구조 및 크기, 건설회사 신뢰도가 가장 높게 나타났다으며 입주자 복지시설, 안전 및 보안 서비스 등에서도 높은 만족 수준을 보인 것으로 나타났다.

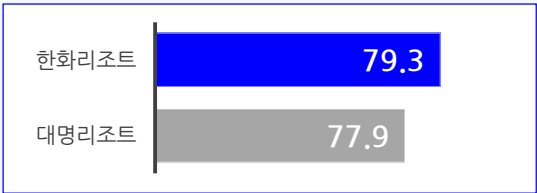
반면, 상대적으로 시공 및 마감 상태, 하자보수, 편의시설 등에 대한 세부 요소에서는 낮은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



• 콘도미니엄

경험 소비를 추구하는 고객들을 확보하기 위해 기존의 가족 단위 숙박 장소였던 리조트를 프리미엄 문화 공간으로 탈바꿈을 시도하고 있는 콘도미니엄 산업에서는 한화호텔&리조트(한화리조트)가 79.3점으로 대명리조트(77.9점)를 제치고 8년 연속 1위(역대 10회 1위) 자리를 유지했다.

한화리조트는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소 만족도는 객실 청결성, 직원 친절성, 예약서비스, 주차 편리성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



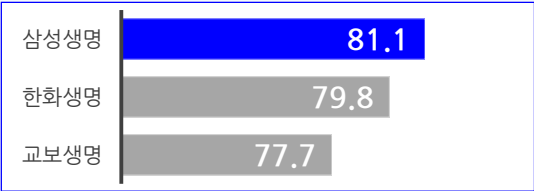
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 금융 및 보험(보험 및 연금업)

● 생명보험

가성비를 중시하는 소비 트렌드에 따라 보험료 부담은 줄이고 혜택은 늘리는 상품, 차별화된 케어 서비스를 제공하는 상품 등이 출시되는 가운데, 생명보험 산업에서는 삼성생명이 81.1점으로 15년 연속 1위(역대 21회 1위) 자리를 고수했다. 한화생명(79.8점)은 2위를 차지했고 교보생명(77.7)은 3위에 머물렀다.

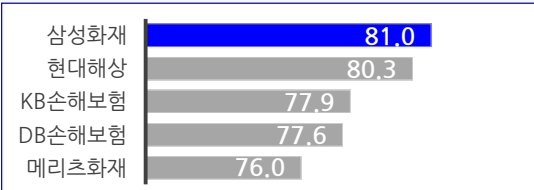
삼성생명은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도, 가입 후 정기적 정보제공, 보험료 납부 편리성, 기업 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 고객으로부터 우위를 평가 받았다.



● 장기보험

종이 없는 고객창구 도입 등 시스템의 개선으로 고객의 편의성을 도모하고 있는 장기보험 산업에서는 삼성화재가 81.0점으로 9년 연속 1위(역대 9회 1위)를 이어갔다. 현대해상(80.3)은 2위에 올랐고 KB손해보험(77.9), DB손해보험(77.6), 메리츠화재(76.0) 순으로 조사되었다.

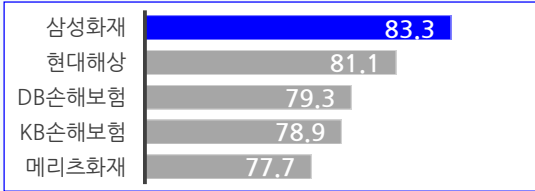
삼성화재는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 고객관리, 제도 및 신상품 안내, 보험금 지급 신속성, 보험금 지급 및 처리 결과안내, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



● 자동차보험

보다 간소화된 상품구조의 저렴한 보험료와 접근성을 최대 강점으로 하는 인터넷보험, 다이렉트 자동차 보험이 소비자들의 주목을 받고 있는 가운데, 자동차보험 산업에서는 삼성화재가 83.3점으로 22년 연속 1위(역대 23회 1위)를 차지하는 위업을 달성했다. 현대해상(81.1)은 2위를 차지했고 DB손해보험(79.3), KB손해보험(78.9), 메리츠화재(77.7)가 뒤를 이었다.

삼성화재해상보험(삼성화재)은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 수준으로 나타났으며, 요소만족도에서는 직원 응대태도, 고객관리, 갱신안내, 사고 조치, 긴급출동 서비스, 기업 신뢰도 등 다수의 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



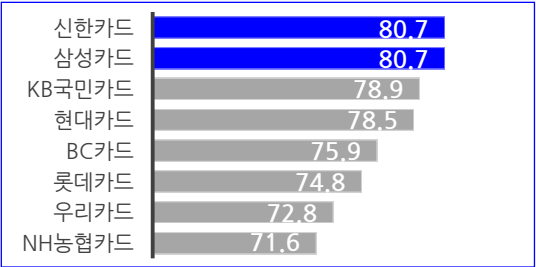
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 금융 및 보험(금융업)

• 신용카드

간편결제 서비스를 추가하고 빅데이터를 분석하여 고객들이 포인트와 할인 등의 혜택을 직접 체감할 수 있는 상품이 출시되는 가운데, 신용카드 산업에서는 신한카드(역대 9회 1위)와 삼성카드(역대 13회 1위)가 80.7점으로 공동 1위로 조사되었다.

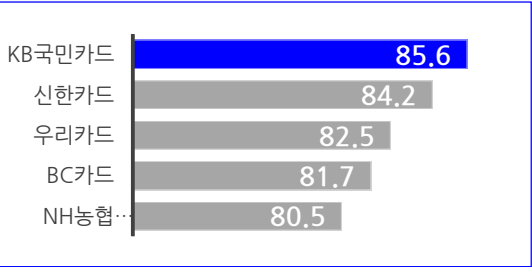
신한카드는 9년 연속 1위로 나타났으며, 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다. 세부 항목에서는 직원 응대태도, 안전성, 연회비/수수료 적절성에서 높았다. 삼성카드는 요소만족도에서 가장 높은 만족도를 보였으며, 유익한 혜택, 콜센터 서비스, 홈페이지/어플리케이션 이용편리성의 세부 요소에서 고객들로부터 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 체크카드

디지털 시대의 중심인 밀레니얼 세대의 사용 패턴을 분석하고 이에 최적화된 혜택을 제공하며 미래의 주 소비 고객을 공략하는 가운데, 체크카드 산업에서는 KB국민카드가 85.6점으로 5년 연속 1위(역대 8회 1위) 자리를 지켜냈다. 신한카드(84.2)가 2위에 올랐고 우리카드(82.5), BC카드(81.7), NH농협카드(80.5) 등의 순으로 조사되었다.

KB국민카드는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 이용 편리성, 유익한 혜택, 업무 처리 편리성, 홈페이지 이용 편리성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



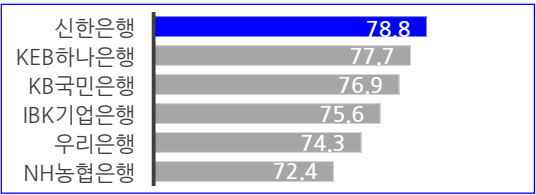
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 금융 및 보험(금융업, 증권)

• 은행

소비자들의 자발적인 참여를 이끌어 낼 수 있는 영향력 있는 고객중심형 콘텐츠를 확대하며 소비자들의 호응을 얻고 있는 은행 산업에서는 신한은행이 78.8점으로 6년 연속 1위(역대 16회 1위)를 유지했다. KEB하나은행(77.7)은 2위에 올랐다.

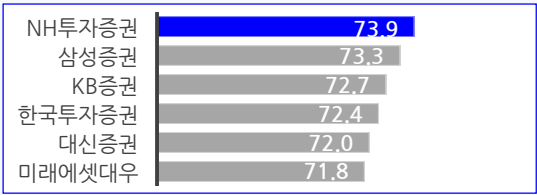
신한은행은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 금융상품 다양성, 대출 편리성, 자동화 기기 이용 편리성, 안전성, 기업 신뢰도 등의 요소에서 경쟁사 대비 높은 우위를 보인 것으로 나타났다.



• 증권

‘언택트(Untact)’ 트렌드가 금융권에도 확산되며 디지털 상담팀과 지점을 신설하고 디지털 기반의 자산관리서비스를 출시하고 있는 증권 산업에서는 NH투자증권이 73.9점으로 작년에 이어 2년 연속 1위(역대 2회 1위)를 차지했다. 삼성증권(73.3)은 2위로 나타났다.

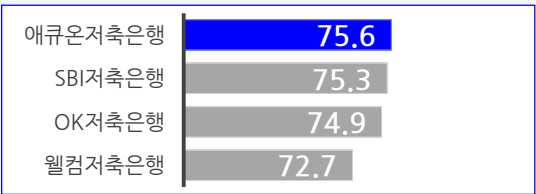
NH투자증권은 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 정보 신뢰성, 정보 제공 신속성, 홈페이지 이용 편리성, 기업 신뢰도 등의 세부 요소에서 경쟁사 대비 고객들로부터 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 저축은행

디지털이 중심이 된 금융 트렌드에 따라 디지털 역량을 키우며 시장 변화에 적극적으로 대응하고 있는 저축은행 산업에서는 애규온저축은행이 75.6점으로 1위의 영광을 차지했다. SBI저축은행(75.3)은 0.3점차로 2위를 차지했고 OK저축은행(74.9), 웰컴저축은행(72.7)이 뒤를 이었다.

애규온저축은행은 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 대출 편리성, 직원 응대태도, 지속거래에 따른 혜택, 금리 적절성 등의 요소에서 경쟁사 대비 고객들로부터 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



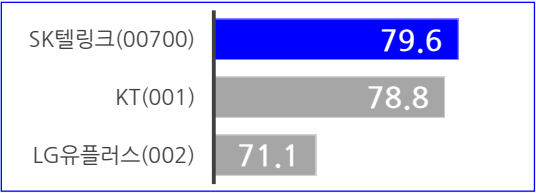
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 통신업(유무선 전화업)

● 국제전화

지속적인 통화품질 개선과 ‘가심비’ 전략을 통해 고객 편의 증진에 힘쓰고 있는 국제전화 산업의 만족도는 SK텔링크(00700)가 79.6점으로 전년에 이어 5년 연속 1위(역대 6회 1위)를 이어갔다. KT(001)(78.8)는 2위를 차지했고 LG유플러스(002)(71.1)는 3위를 기록했다.

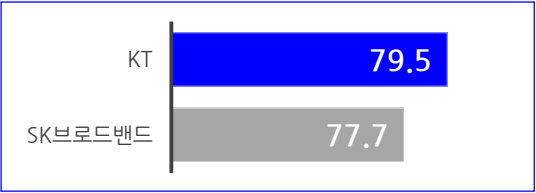
SK텔링크(00700)는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 통화 음질, 통화 중 지연되지 않음, 요금부와 정확성, 요금납부 편리성, 요금제도 다양성, 품질 대비 요금 적절성 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



● 시내/시외전화

유선 네트워크의 원활한 운용을 위해 인프라 혁신에 힘쓰고 있는 시내/시외전화 산업의 만족도는 KT가 79.5점으로 20년 연속 1위(역대 21회 1위) 기업의 자리를 지켜냈다. 뒤이어 SK브로드밴드(77.7)는 2위로 조사되었다.

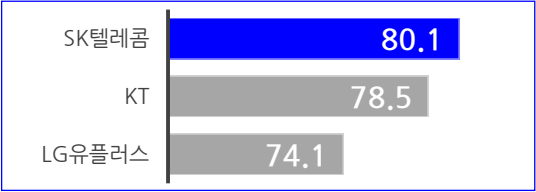
KT는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 요소만족도는 통화 음질, 통화 중 혼선되지 않음, 요금부와 정확성, 설치직원 친절성, 콜센터 서비스, 고장신고 편리성, 서비스 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 요소에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



● 이동전화

디지털 기기에 능숙한 고령층인 ‘실버 서퍼’ 맞춤형 서비스, 고객 중심의 5G 서비스를 적극적으로 내놓고 있는 가운데, 이동전화 산업에서는 SK텔레콤이 80.1점으로 22년 연속 1위(역대 22회 1위)의 영예를 안았다. 다음으로 KT(78.5), LG유플러스(74.1) 순으로 나타났다.

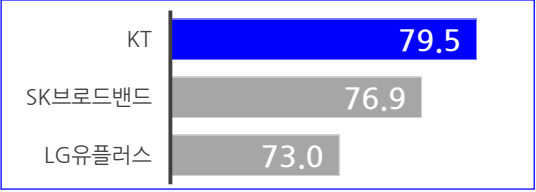
SK텔레콤은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 전반적인 통화품질, 데이터 속도 및 사용 안정성, 홈페이지/모바일 고객센터 서비스, 멤버십 혜택, 장기 고객 혜택, 기업 신뢰도 등 대부분의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 인터넷전화

초고속인터넷, IPTV, 전화 등을 한번에 묶어서 저렴한 가격에 판매하는 결합상품이 고객들에게 큰 관심을 받고 있는 가운데, 인터넷전화 산업의 만족도는 KT가 79.5점으로 10년 연속 1위(역대 10회 1위)를 기록했다. SK브로드밴드(76.9)가 2위를 차지했고 LG유플러스(73.0)는 3위에 머물렀다.

KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 통화 음질, 음성지연 없음, 혼선 없음, 요금제도 다양성, 설치직원의 업무능력, 콜센터 서비스, A/S, 기업 신뢰도 등 다수의 항목에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

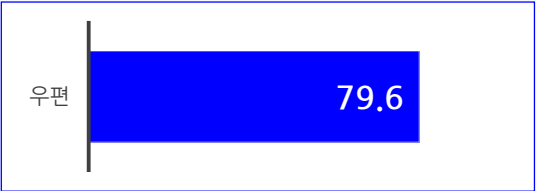
■ 통신업(우편, 부가 통신업), 방송업

● 우편

친환경 정책의 일환으로 오토바이 대신 초소형 전기차를 도입하며 안전사고 발생을 줄이고 직원의 근무 환경을 개선하고 있는 우편 산업의 만족도는 79.6점으로 조사되었다.

우편서비스는 세부 요소항목 중 유용한 우편 상품, 배달 신속성, 우체국 신뢰도 등에서 높은 만족수준을 보인 것으로 나타났다.

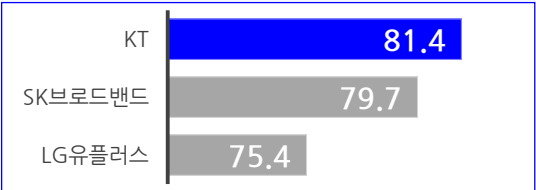
반면, 직원 응대태도, 이용요금 적절성과 고객 편의시설 등에서는 상대적으로 낮게 평가된 것으로 조사결과 드러났다.



● 초고속인터넷

빠르고 안정적인 유선 인프라 등 고객이 원하는 가치를 적극적으로 제공하고 있는 초고속 인터넷 산업에서는 KT가 81.4점으로 4년 연속 1위(역대 15회 1위)의 자리를 지켜냈다. 그 뒤를 이어 SK브로드밴드(79.7)가 2위를 차지했고 LG유플러스는 75.4점을 기록하며 3위에 머물렀다.

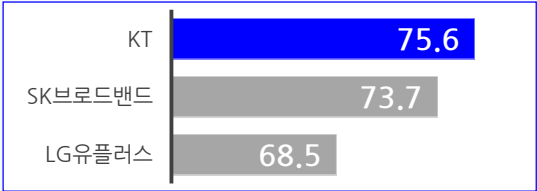
KT는 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 사용 중 끊어짐 없음, 장기이용고객 혜택, 설치직원의 친절성, 개통/설치약속 준수, 콜센터 서비스, 요금제 다양성, 기업 신뢰도 항목 등 다수의 세부 항목에서 우수한 모습을 보인 것으로 나타났다.



● IPTV

문화/취미생활 관련 상품 배송 서비스, AI 비서 기능 탑재 등을 필두로 고객의 취향에 맞춘 '생활밀착형 플랫폼'으로 진화하고 있는 IPTV 산업에서는 KT가 75.6점으로 4년 연속 1위(역대 6회 1위)를 차지했다. SK브로드밴드는 73.7점으로 2위에 올랐고 LG유플러스(68.5)는 3위를 기록했다.

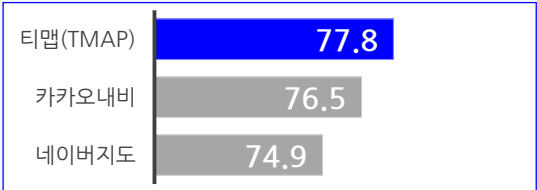
KT는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 동작속도, 유용한 방송 콘텐츠, 장기이용고객 혜택, 설치직원 업무능력, 콜센터 서비스, A/S, 요금제 다양성, 부가서비스, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 우수한 수준으로 조사되었다.



● 내비게이션 앱

빅데이터 기반의 교통사고 예방 서비스, 실시간 위치 공유 서비스, AI 음성서비스, 실시간 교통 상황 안내 서비스 등 유용한 고객 편의 서비스를 제공하고 있는 내비게이션 앱 산업에서는 티맵(Tmap)이 77.8점으로 작년에 이어 1위의 자리를 지켰다. 카카오내비(76.5)는 1.3점 차이로 2위를 기록했으며 네이버지도(74.9)는 3위로 조사되었다.

티맵은 전반적 만족도와 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 목적지 검색 편리성, 운전 중 주요 정보 안내, 유용한 정보 및 서비스 제공, 기업 신뢰도 등의 항목에서 경쟁사 대비 우수한 모습을 보인 것으로 조사결과 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



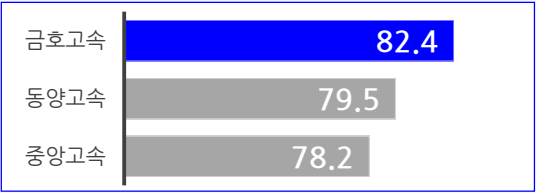
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 운수 및 보관(고속버스, 항공)

● 고속버스

프리미엄 고속버스 운영을 확대하고 각종 데이터를 기사 운전습관 개선에 활용하는 등 서비스 수준 향상을 이어가고 있는 고속버스 산업에서는 금호고속이 82.4점으로 14년 연속 1위(역대 17회 1위)를 차지하는 영예를 안았다. 동양고속은 79.5점으로 2위를 기록했고 중앙고속(78.2)은 3위로 나타났다.

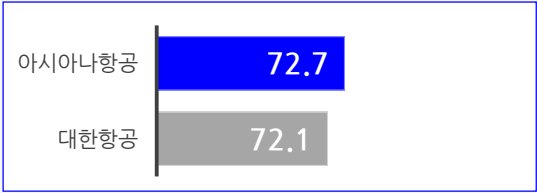
금호고속은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 기사 친절성, 출발/도착시간 정확성, 안전운행, 차내 시설/환경, 냉난방 시설, 승차감, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등 대부분의 요소에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.



● 항공

스마트 체크인, '셀프백드롭(자동 수하물 위탁)' 등 탑승 수속을 자동화하며 고객 불편을 줄이고 편의를 향상시키고 있는 항공 산업에서는 아시아나항공이 72.7점으로 6년 연속 1위(역대 22회 1위)를 이어갔다. 대한항공은 72.1점을 기록했다.

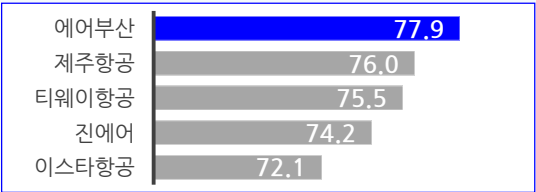
아시아나항공은 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 예약 서비스, 탑승수속 서비스, 직원 응대태도, 기내 시설/환경, 부가서비스, 출발/도착 시간 정확성, 안전성, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성 등 다수의 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



● 저비용항공

중·장거리 노선이 늘어나면서 기내 와이파이 제공을 통해 엔터테인먼트 서비스를 강화하고 있는 저비용항공 산업에서는 에어부산이 77.9점으로 7년 연속 1위(역대 7회 1위)의 자리를 지켰다.

에어부산은 요소만족도에서 경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 발권서비스, 직원 응대태도, 기내 시설/환경, 부가 서비스, 출발/도착 시간 정확성, 안전성, 할인혜택, 지속이용혜택, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등 거의 모든 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 운수 및 보관(철도, 지하철)

• 철도

노후 철도차량과 시설 교체에 집중 투자를 하며 안전확보와 고객체감 서비스 수준을 제고하고 있는 철도 산업의 만족도는 79.0점으로 조사되었다.

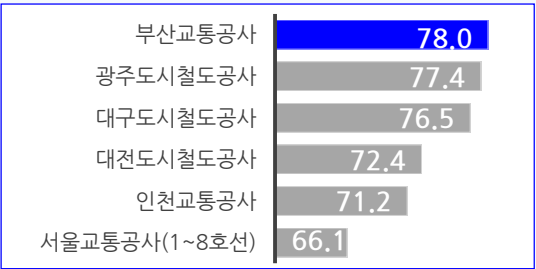
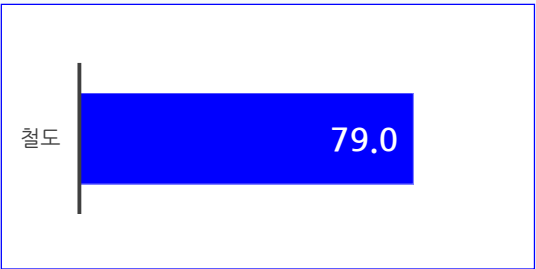
철도서비스는 세부 요소항목 중 대합실에 있는 고객 편의시설 및 환경, 안전성, 기관 신뢰도 등에서 높은 만족 수준을 보였다.

반면, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 할인/적립혜택, 승차감 및 안락감, 열차표 구입 편리성 등에서는 상대적으로 낮은 평가를 보였다.

• 지하철

수요를 고려한 운행시간 개편, 배차간격 조정 등 승객 중심의 서비스 개선을 이어가고 있는 지하철 산업에서는 부산교통공사가 78.0점으로 3년 연속 1위(역대 4회 1위) 자리를 차지했다. 그 뒤를 이어 광주도시철도공사(77.4)가 2위에 올랐다.

부산교통공사는 전반적 만족도와 재이용의 향 모두 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 승차감 및 안락감, 출발/도착 시간 정확성, 기관 신뢰도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



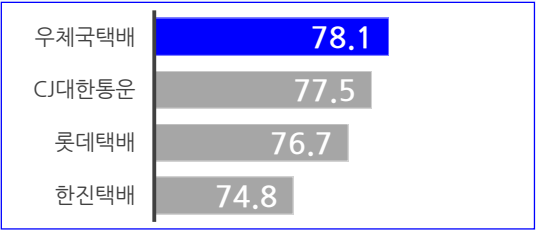
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 운수 및 보관(기타 운송 및 운송관련 서비스업)

• 택배

1인 가구 증가에 따라 운송 전 과정의 정보를 스마트폰을 통해 고객에게 실시간으로 제공하며 고객 편의성을 높이고 있는 택배 산업에서는 우체국택배가 78.1점으로 CJ대한통운(77.5)을 제치고 2년 연속 1위(역대 8회 1위) 자리를 지켰다. 뒤를 이어 롯데택배(76.7)와 한진택배(74.8) 순으로 조사 결과가 나타났다.

우체국택배는 요소만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 세부 항목에서는 콜센터 서비스, 시간 준수, 안전성, 위치추적 서비스, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 요소에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다.

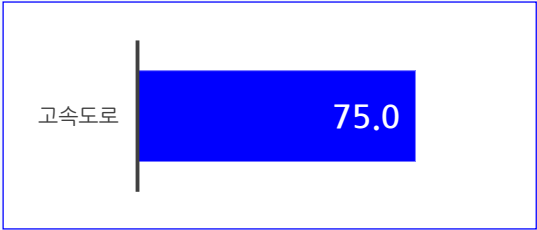


• 고속도로관리

드론을 이용하여 시설물을 점검하고 고속도로 교통단속을 실시하는 등 최신 기술을 접목해 안전을 도모하고 교통관리의 효율성을 제고하고 있는 고속도로관리서비스의 고객만족도는 75.0점으로 조사되었다.

고속도로관리서비스는 세부 요소항목 중 도로면 상태, 도로 주변 관리, 도로 안내표지판, 휴게소 고객편의시설 등에서 높은 점수를 받았다.

반면, 톨게이트 직원 친절성, 품질 대비 휴게소 가격 적절성, 고속도로 이용요금 적절성, 등에서는 상대적으로 낮은 평가를 받은 것으로 조사 결과 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

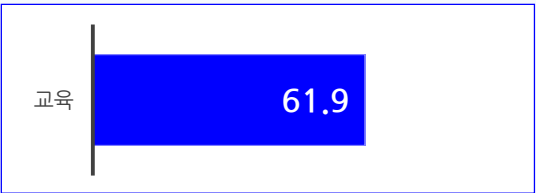
■ 교육 서비스, 보건업

• 교육

AR·VR, AI 등 최신 기술을 접목한 ‘에듀테크(Edu+Tech)’ 제품과 학습자 맞춤형 서비스가 주목받는 가운데, 교육 산업의 고객만족도는 61.9점으로 조사되었다.

교육서비스는 세부 요소항목 중 교육 정책, 학교 시설 및 환경, 교육 관련 정부부처 신뢰도 등에서 상대적으로 높은 평가를 받았다.

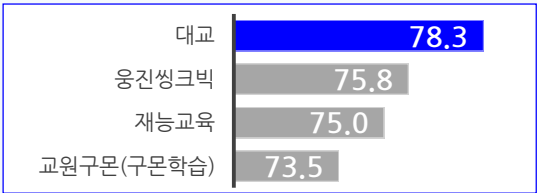
반면 안심 등교, 개개인 특성을 반영한 교육, 교과목 구성 등에서는 상대적으로 낮은 만족도를 보인 것으로 조사되었다.



• 학습지

디지털 학습 트렌드에 따라 음성 지원 서비스, 학습 분석 서비스 등이 제공되는 스마트 학습지가 선풍적인 인기를 끄는 가운데, 학습지 산업에서는 대교가 78.3점으로 4년 연속 1위(역대 12회 1위)자리를 차지했다. 그 뒤를 이어 웅진씽크빅(75.8), 재능교육(75.0), 교원구몬(73.5) 순으로 나타났다.

대교는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 학습지 구성 체계성, 학습능력향상에 도움, 지도교사 실력, 우수회원 혜택, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받은 것으로 조사되었다.

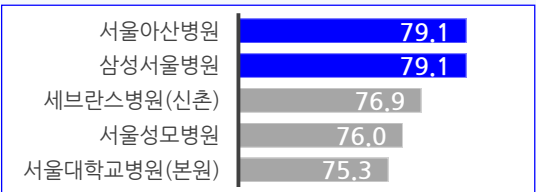


• 종합병원

첫 방문고객 동행, 모바일 앱 서비스를 제공하며 환자의 불안감을 해소하고 대기시간을 단축하는 등 환자 경험 수준 개선에 힘쓰고 있는 종합병원 산업의 만족도는 서울아산병원(역대 8회 1위)과 삼성서울병원(역대 18회 1위)이 각각 79.1점으로 공동 1위를 차지했다.

서울아산병원은 작년에 이어 7년 연속 1위로 나타났으며, 재이용의향에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다. 세부항목에서는 의료진 신뢰도 및 관심, 시설 안내에서 높은 평가를 받았다.

삼성서울병원은 전반적 만족도에서 높은 점수를 받았으며, 세부 항목에서는 진료 수준, 대기 시간, 병원 신뢰도 등의 항목에서 고객으로부터 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



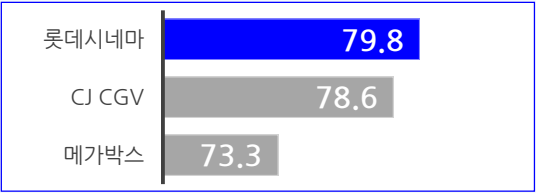
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

• 영화관

최신 기술 도입을 통해 관람 환경에 있어 주요 요소인 ‘3S(Screen, Sound, Seat)’를 고도화하며 스마트 멀티 플렉스로 변모하고 있는 영화관 산업에서는 롯데시네마가 79.8점으로 7년 연속 1위(역대 12회 1위)를 차지했다. 그 뒤를 이어 CJ CGV가 78.6점으로 2위에 올랐다. 메가박스(73.3)는 3위에 머물렀다.

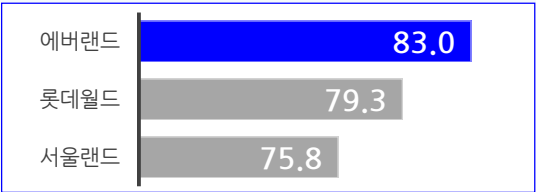
롯데시네마는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도에서는 음향시설, 좌석 안락함, 실내공기 쾌적함, 홈페이지 이용 편리성, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



• 종합레저시설

가상현실(VR)과 증강현실(AR) 기술을 이용한 어트랙션을 선보이며 매해 새로운 콘텐츠를 통해 트렌드를 선도하고 있는 종합레저시설 산업에서는 에버랜드가 83.0점으로 25년 연속 부동의 1위(역대 25회 1위)라는 위업을 달성했다. 롯데월드는 79.3점으로 2위로 조사되었고 서울랜드(75.8)는 3위에 머물렀다.

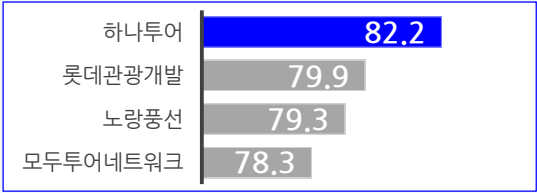
에버랜드는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사를 제치고 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 놀이시설 다양성, 놀이시설 관리, 이벤트, 고객편의시설, 직원 응대태도, 내·외부 시설/환경, 기업 신뢰도 등 다수의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



• 여행사(해외여행)

취미와 관심사에 중점을 두는 트렌드에 발맞춰 캠핑과 트레킹, 술 등 특정 분야의 전문가와 동행하는 다양한 상품을 출시하며 인기를 끌고 있는 여행사(해외여행) 산업에서는 하나투어가 82.2점으로 11년 연속 1위(역대 11회 1위)기업으로 조사되었다. 롯데관광개발은 79.9점으로 2위에 올랐고 노랑풍선(79.3), 모두투어네트워크(78.3)가 뒤를 이었다.

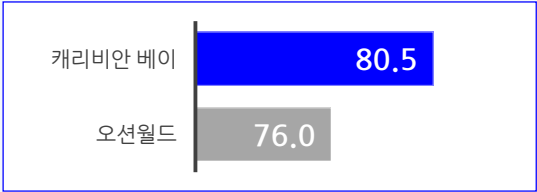
하나투어는 전반적 만족도 및 재이용의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 직원 응대태도, 준비사항 및 계약내용 고지, 공항미팅서비스, 관광 코스 및 프로그램, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



• 워터파크

바캉스 시즌을 맞아 다양한 페스티벌을 개최하며 피서객들에게 각광받은 워터파크 산업에서는 캐리비안 베이이 80.5점으로 오션월드(76.0점)를 제치고 8년 연속 1위(역대 8회 1위)를 이어나갔다.

캐리비안 베이는 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도에서는 물놀이 시설 다양성 및 안전성, 이벤트 다양성, 직원 응대태도, 주차 편리성, 티켓구입 편리성, 고객 편의시설, 수질 관리, 내·외부 시설/환경, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등 거의 대부분의 세부항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



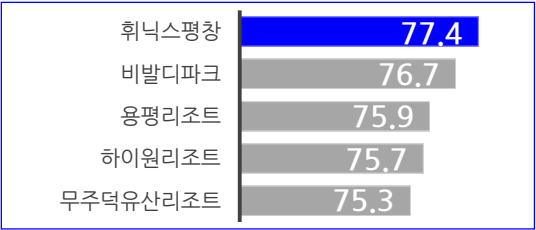
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

• 스키장

쾌적한 부대시설을 갖춘 리조트, 양질의 설질 관리와 시즌마다 새롭게 소개되는 다양한 콘텐츠를 통해 대표적인 겨울 액티비티 시설로 자리매김한 스키장 산업에서는 휘닉스평창이 77.4점으로 6년 연속 1위(역대 6회 1위)에 선정되었다. 비발디파크(76.7)는 2위를 차지했고, 그 뒤를 이어 용평리조트(75.9), 하이원리조트(75.7), 무주덕유산리조트(75.3) 순으로 조사되었다.

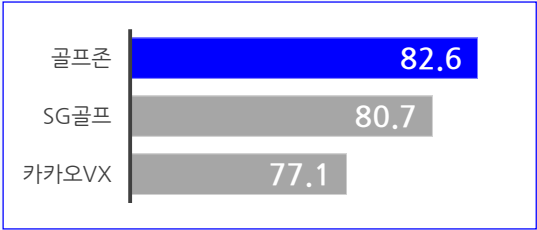
휘닉스평창은 요소만족도에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 슬로프 수준 다양성, 슬로프 코스, 리프트 이용 편리성, 이벤트, 할인 혜택, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성 등에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.



• 스크린골프

모바일 앱과 연동하여 정확한 분석데이터 제공은 물론 현실감 있는 경험을 선사하며 여가 문화를 즐기는 소비자들의 인기를 끌고 있는 스크린골프 산업에서는 골프존이 82.6점으로 조사 첫째 1위에 선정되었다. SG골프(80.7)는 1.9점 차이로 2위에 올랐고, 카카오 VX(77.1)는 3위에 머물렀다.

골프존은 재이용의향에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 요소만족도는 라운드 정보 적정성, 콘텐츠 풍부성, 기능 조작 편리성, 골프용품 상태, 어플리케이션 이용 편리성, 기업 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



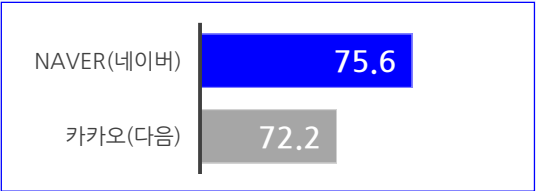
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 사업관련서비스업(정보 및 사업지원 서비스업)

● 검색포탈사이트

모바일 앱 첫 화면을 개편하고 생중계 기술
을 바탕으로 멀티미디어 콘텐츠를 강화하는
등 사용자 경험을 고도화하고 있는 검색포탈
사이트 산업에서는 Naver(네이버)가 75.6점
으로 카카오(다음)(72.2점)을 제치고 16년 연
속 1위(역대 16회 1위)자리를 유지했다.

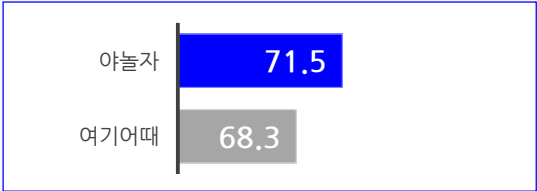
네이버는 전반적 만족도와 재이용의향 모두
경쟁사 대비 높은 수준을 보였으며, 요소만족
도는 검색 결과 정확성, 유용한 정보·서비스,
정보 업데이트, 커뮤니티 관리, 고객센터의 응대,
이벤트, 접속 및 로딩속도, 보안, 사이트 내 이
동 편리성, 기업 신뢰도 등 거의 모든 항목에
서 경쟁사 대비 우위로 조사되었다.



● 숙박업

여가문화 확산에 따라 레저, 여행 등 다양한
문화생활과 연계한 서비스를 제공하며 소비자
들의 인기를 끌고 있는 숙박업 산업에서는 야
놀자가 71.5점으로 올해 첫 조사에서 1위 기
업의 자리를 차지했다. 여기어때는 68.3점으
로 그 뒤를 이었다.

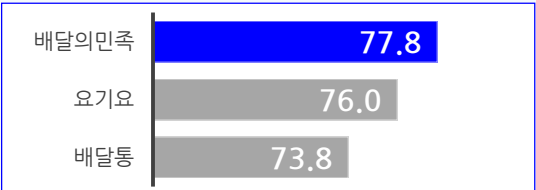
야놀자는 전반적 만족도 및 재이용의향에서
경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족
도는 화면 구성 및 디자인, 검색 편리성, 검색
속도, 연계상품 다양성, 이벤트, 서비스 수준
대비 이용요금 적절성, 기업 신뢰도 등에서 경
쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 나타났다.



● 배달앱

‘혼밥족’을 위한 1인분 주문을 간편화하고 증
가하는 수요에 맞춰 메뉴를 다양화하는 등 소
비자 경험 개선을 위해 노력하는 배달앱 산업
에서는 배달의민족이 77.8점으로 조사 첫째
1위에 선정되는 영예를 안았다. 이어 요기요
(76.0)는 1.8점 차이로 2위에 올랐고, 배달통
(73.8)은 3위를 차지했다.

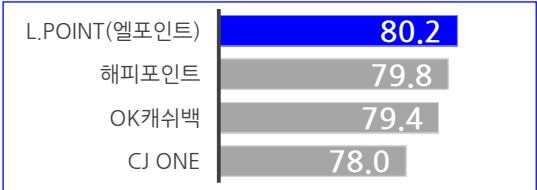
배달의민족은 전반적 만족도와 재이용의향
모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소
만족도는 화면 구성 및 디자인, 검색 편리성,
검색 속도, 정보 정확성, 주문 및 결제 편리성,
배달음식 보존상태, 기업 신뢰도 등 다수의 세
부 항목에서 높은 평가를 받은 것으로 나타났
다.



● 멤버십(포인트)

앱과 연동된 간편결제 시스템을 도입하고 개
별 가맹점, 금융사와의 제휴로 플랫폼 효과를
확대하고 있는 멤버십(포인트) 산업의 만족도
는 L.POINT(엘포인트)가 80.2점으로 조사 첫
해 1위 자리에 올랐다. 해피포인트(79.8)는
0.4점 차이로 2위를 차지했고 OK캐쉬백
(79.4), CJ ONE(78.0)이 뒤를 이었다.

엘포인트는 재이용의향에서 경쟁사 대비 높
은 점수를 받았으며, 요소만족도는 포인트 사
용조건, 기업 신뢰도 부분에서 경쟁사 대비 높
은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



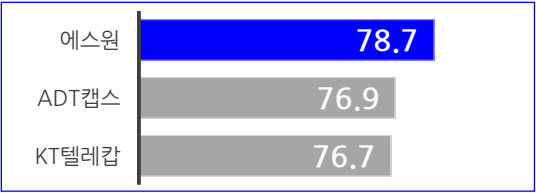
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 보안시스템서비스업, 임대업

• 무인경비

AI 음성인식, 상점 무인화 솔루션 등을 통해 보안성과 편의성을 향상한 서비스를 지속적으로 선보이고 있는 무인경비 산업에서는 에스원이 78.7점으로 전년에 이어 5년 연속 1위(역대 5회 1위)를 이어갔다. ADT캡스(76.9)는 2위에 올랐고 KT텔레캅(76.7)은 3위를 차지했다.

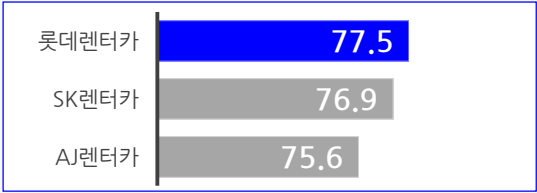
에스원은 전반적 만족도와 재이용의향 모두 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 요소만족도는 보안장비 안정성, 설치기사 친절성 및 업무능력, A/S 친절성, 서비스 수준 대비 이용요금 등의 세부 항목에서 높은 평가를 받은 것으로 나타났다.



• 렌터카

편리한 소비를 추구하는 소비 트렌드에 발맞춰 견적과 심사, 계약까지 모든 과정을 온라인에서 해결할 수 있는 서비스들이 소비자의 각광을 받고 있는 렌터카 산업의 만족도는 롯데렌터카가 77.5점으로 4년 연속 1위(역대 4회 1위) 자리를 수성했다. SK렌터카는 76.9점으로 2위를 차지했고 AJ렌터카(75.6)는 3위를 기록했다.

롯데렌터카는 전반적 만족도에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았으며, 요소만족도는 상담원/직원 응대, 차종 다양성, 차량 정비상태 및 성능, 차량 입출고 시간 정확성, 기업 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받은 것으로 조사되었다.



Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약

소비재 제조업

내구재 제조업

서비스업

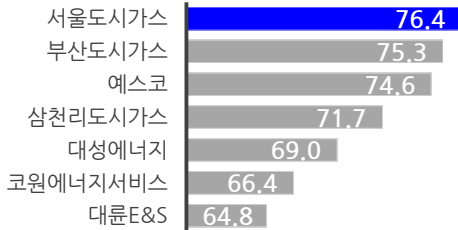
1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

■ 전기, 가스 및 수도

• 도시가스

디지털 요금 고지서, 챗봇 도입 등 디지털 채널을 활성화하면서 고객의 편의성을 높이는데 노력하고 있는 도시가스 산업에서는 서울도시가스가 76.4점으로 전년도 1위 부산도시가스를 제치고 1위(역대 2회 1위)의 영예를 거머쥐었다. 부산도시가스는 75.3점으로 2위에 올랐고 예스코(74.6)는 3위를 기록했다.

서울도시가스는 요소만족도에서 경쟁자 대비 우수한 모습을 보였으며, 직원 복장 및 용모 단정, 검침결과 정확성, 기업 신뢰도 세부 항목에서 경쟁사 대비 높은 점수를 받았다.



• 전력

에너지 분야 플랫폼을 통해 고객 편의 서비스를 제공하며 이용자들의 주목을 받고 있는 전력 서비스의 고객만족도는 78.5점으로 조사되었다.

전력서비스는 세부 요소항목 중 원활한 전력 공급과 안심하고 사용할 수 있는 전력, 신뢰도 등에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.

반면 이용요금 적절성, 요금납부 편리성 등에서는 다른 세부 항목 대비 낮은 만족 수준을 나타냈다.

전력 78.5

• 수도

양질의 수도물을 안정적으로 공급하기 위해 노후관로 정비, 상수도 최적화 시스템 구축, 시설확충 등 수도정비 계획을 수립하며 생산성 향상과 경영개선을 위해 노력하고 있는 수도서비스의 고객만족도는 74.8점으로 조사되었다.

수도서비스는 세부 요소항목 중 물 청결성, 원활한 물 공급, 요금납부 편리성 등에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.

반면 이용요금 적절성과 수도에 대한 안심, 신뢰도 등에서는 다른 세부 항목 대비 낮은 만족도를 보였다.

수도 74.8

Appendix :

2019년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사
산업별 조사결과

산업별
조사결과
요약



1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

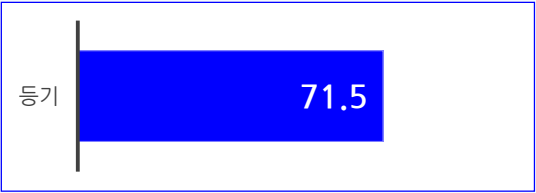
■ 공공서비스(등기, 세무, 치안)

• 등기

전·월세 계약 안내데스크 운영, 셀프 등기 안내서비스 등을 통해 계약 과정에서 사기 피해를 방지하고 계약 후 분쟁을 예방하기 위해 노력하고 있는 등기서비스의 고객만족도는 71.5점으로 조사되었다.

등기서비스는 세부 요소항목 중 기관 신뢰도, 고객 편의시설, 내·외부 시설/환경 등에서 상대적으로 우수한 평가를 받았다.

반면 이용요금 적절성, 전화 응대태도, 상담 능력 등에서는 타 세부항목 대비 낮은 만족도를 보였다.

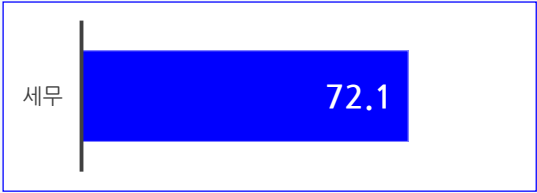


• 세무

빅데이터와 AI 등 첨단기술을 반영해 업무 프로세스와 정보시스템을 개편하며 고객 편의성을 높이고 있는 세무서비스의 고객만족도는 72.1점으로 나타났다.

세무서비스는 세부 요소항목 중 기관 신뢰도, 내·외부 시설환경, 직원 친절성 등에서 상대적으로 높은 만족도를 기록했다.

반면 전화 응대태도, 상담 능력, 서비스 수준 대비 이용요금 적절성 등에서는 타 세부 요소항목 대비 낮은 수준을 보였다.



• 치안

스마트 치안 구현단, 빅데이터 전문 부서 등을 신설하며 첨단정보기술과 데이터에 기반한 효율적인 치안활동 전개를 위해 노력하고 있는 치안서비스의 고객만족도는 72.3점으로 나타났다.

치안서비스는 기관 신뢰도, 직원 친절성, 업무처리 합리성 등의 세부 항목에서 상대적으로 높은 만족도를 보였다.

반면 고객 편의시설과 전화 응대태도, 업무처리 신속성 등에서는 타 항목 대비 낮은 평가를 받은 것으로 조사되었다.

